

ANÁLISIS DE MERCADO PARA UN SERVICIO DE ASEO DE PAÑALES DE
TELA EN LA CIUDAD DE CALI

LAURA MILENA CARDONA CUARTAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
2006

ANÁLISIS DE MERCADO PARA UN SERVICIO DE ASEO DE PAÑALES DE
TELA EN LA CIUDAD DE CALI

LAURA MILENA CARDONA CUARTAS

Trabajo de grado para optar al título de profesional en mercadeo y negocios
internacionales

Director
HENRY ROJAS
Economista

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI

2006

Nota de Aceptación:

Aprobado por el Comité de grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Mercadeo y Negocios Internacionales.

EDUARDO CASTILLO COY

Jurado

JESÚS MARIA PLATA

Jurado

Santiago de Cali, 28 de Febrero 2006

CONTENIDO

	Pag.
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	2
GLOSARIO	3
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
3 OBJETIVO	6
3.1 OBJETIVO GENERAL	6
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
4 JUSTIFICACIÓN	7
5 MARCO DE REFERENCIA	8
5.1 ANTECEDENTES	8
5.2 MARCO CONCEPTUAL	8
5.3 MARCO JURÍDICO	9
6 DISEÑO METODOLÓGICO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
6.1 TIPO DE ESTUDIO	10
6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	10
6.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	11
6.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	11
7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	32
9 ANÁLISIS DE COSTOS	34
10 OBJETIVO DE VENTAS	36
11 MERCADO META	37
12 ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS DE MERCADEO	38
12.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	38
12.2 ESTRATEGIA CORPORATIVA	38
12.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO	39
12.3.1 flujo de servicio de aseo de pañales de tela	41
12.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	42
12.5 ESTRATEGIA DE PRECIO	42
12.6 ESTRATEGIA DE VENTA	42
12.7 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	43
12.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	44
12.9 ESTRATEGIAS DE MERCADEO	45
13 PRESUPUESTOS	48
13.1 PUBLICIDAD	48
13.2 VENTA	48
14 INVERSIÓN REQUERIDA	49
14.1 EQUIPOS	49

14.2MUEBLES Y ENSERES	49
14.3 INSUMOS INICIALES	49
15 COSTOS INVERSIÓN INICIAL DEL NEGOCIO	51
16 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	52
17 CONCLUSIONES	53
18 RECOMENDACIONES	54
BIBLIOGRAFÍA	55
ANEXOS	57

LISTA TABLAS

		Pag.
Tabla 1	Mujeres que tienen hijos menores de tres años	12
Tabla2	Edades de los Bebés	13
Tabla 3	Edades de los Bebés según edad de las madres	13
Tabla 4	Edades de los bebes según estrato	14
Tabla 5	Tipo de pañal utilizado total	14
Tabla 6	Tipo de pañal que utilizan o utilizarían	15
Tabla 7	Preferencia del uso del tipo de pañal de acuerdo con la edad de la mujer	15
Tabla 8	Tipo de pañal utilizado a utilizar según estratos	16
Tabla 9	Razones del no uso del pañal de tela	17
Tabla 10	Razones del no uso del pañal de tela por estratos	17
Tabla 11	Razones del no uso del pañal de tela según estado de la mujer	18
tabla 12	Razones de uso del pañal de tela	18
tabla 13	Razones de uso del pañal de tela según estratos	19
tabal 14	Inconvenientes con el uso del pañal desechable	20
Tabla 15	Problemas con el uso del pañal desechable según estratos	20
Tabla 16	Problemas con el uso del pañal desechable según la edad	21
Tabla 17	Numero de cambio de pañales en un día	21
Tabla 18	Gasto de dinero en pañales desechables	22
Tabla 19	Gasto de pañales desechables según estratos	22
Tabla 20	Motivos para volver a utilizar el pañal de tela	23
Tabla 21	Motivos para el uso del pañal de tela	23
Tabla 22	Ventajas del servicio	24
Tabla 23	Ventajas del servicio según estratos	25
Tabla 24	Ventajas del servicio según estado de la mujer	26
Tabla 25	Desventajas del servicio	26
Tabla 26	Desventajas del servicio según estratos	27
Tabla 27	Desventajas del servicio según estado de la mujer	28
Tabla 28	Disposición a pagar por el servicio	28
Tabla 29	Disposición a pagar por el servicio según estratos	29
Tabla 30	Interés en adquirir el servicio	30
Tabla 31	Interés en el servicio según estratos	30
Tabla 32	Interés en el servicio según estado de la mujer	31
Tabla 33	Interés en el servicio según la edad	31
Tabla 34	Comparativo entre pañal de tela y pañal desechable	32
Tabla 35	Análisis DOFA	33
Tabla 36	Costos de inversión inicial del negocio	51

LISTA DE FIGURAS

		Pag.
Figura 1	Flujo de servicio de aseo de pañales de tela	41
Figura 2	Estrategias de Mercadeo	45

ANEXOS

		Pag.
Anexo 1	Calculo de Jabón	55
Anexo 2	Calculo depreciación equipos y enseres	56
Anexo 3	Calculo gastos de operación	57
Anexo 4	estado de resultados	57
Anexo 5	Flujo de caja neto	57
Anexo 6	Flujo de servicio de aseo de pañales escenario 2	58
Anexo 7	Análisis de Costos de Servicio Escenario No.2	59
Anexo 8	Flujo de servicio de aseo de pañales escenario 3	61
Anexo 9	Análisis de Costos de Servicio Escenario No. 3	62
Anexo 10	Articulo pañales 1	63
Anexo 11	Articulo pañales 2	64

RESUMEN

El proyecto Análisis de mercado para un servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Cali, se propuso con el fin de evaluar la percepción y aceptación que podría tener un negocio de este tipo en la ciudad. Se tomo como referencia y ejemplo de negocio, algunos ya establecidos en los países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá y México.

El proyecto propone beneficios como el de reducción de gasto en el uso de pañales con los bebés , proponiendo un precio menor al gasto mensual actual que tienen las madres. Además, del beneficio de comodidad tanto para el bebé como para la madre ya que el servicio tiene como característica la entrega, recogida y aseo de los pañales de tela. De igual forma el servicio permite a las madres llevar una vida practica, puesto que no tienen necesidad de lavar los pañales, ellas solo cambiarían al bebé cuantas veces sea necesario y el servicio se encarga de lo demás.

INTRODUCCIÓN

El trabajo esta enfocado a analizar la percepción de las madres de niños menores a dos años de los estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali, para evaluar la aceptación e implementación de un servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Santiago de Cali.

El proyecto se realizó en vista de la actual situación económica del país, la cual ha llegado a afectar los ingresos y gastos familiares. El servicio prevé traerá beneficios para la reducción de gastos fijos familiares mensuales, al disponer de un producto de precio mas económico con respecto a los productos que se ofrecen actualmente en el mercado de pañales desechables.

Otro motivo por el cual se propuso el proyecto es por el cuidado del medio ambiente, puesto que cada día se deteriora más por la utilización de productos no biodegradables.

GLOSARIO

PELÍCULA DE POLIETILENO: Esta es usada en la parte exterior del pañal, y ayuda a evitar que los líquidos se filtren. También puede tomar la apariencia de un acabado tipo tela, al agregar una capa de tela no tejida por medio de laminación utilizando adhesivos termo fusibles o mediante una extrusión directa de polietileno sobre tela.

TISÚ: el papel tisú es usado para ayudar al proceso de producción, como sistema de transporte, además ayuda a mover los líquidos dentro del pañal. Proviene de un proceso de extracción de pulpa de los árboles, llamado proceso Kraft.

ADHESIVOS TERMO FUSIBLES: son utilizados para pegar los diferentes componentes del pañal, tales como el Pad (cuerpo absorbente) y los elásticos. Son fabricados a partir de una mezcla de hules, resinas y taquificadores.

TELA NO-TEJIDA HIDROFOBICA: es utilizada en la construcción de las barreras antiescurrimientos, no permite el paso del agua. Es fabricada de polipropileno mediante un proceso conocido como spunbond-Meltblown-spunbond, tiene la apariencia de una tela.

TELA NO TEJIDA HODROFILICA: Es la cubierta interior del pañal que esta en contacto con la piel del bebe, permite el paso de los líquidos hacia el interior del pañal. La diferencia entre esta tela y la anterior descrita, es el uso de un surfactante que se impregna en la tela durante el proceso, este aditivo baja la tensión superficial, permitiendo la entrada de los líquidos.

ELÁSTICOS. Utilizados para mejorar el ajuste del pañal al cuerpo del bebe, fabricado de espuma de poliuretano, de hules sintéticos y de espuma de poliuretano, de sintéticos y licra. Se utiliza en las barreras antiescurrimientos.

CELULOSA: usado en la construcción del pad, o cuerpo absorbente. Le da integridad y capacidad de absorbencia al pañal. Se fabrica a partir de la pulpa de pinos.

POLIACRILATO DE SODIO: conocido como súper absorbente o SAP (súper absorbent Polymer). Se utiliza en forma granular parecida a la arena del mar. Aporta retención de los líquidos en le pañal desechable esto permite que los pañales puedan ser mas delgados sin sacrificar su absorbencia.

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, Colombia ha venido presentando cambios económicos que afectan de forma negativa y se han visto reflejados en la pérdida del poder adquisitivo y el desempleo, haciendo que la gente pueda comprar menos bienes y servicios con el mismo dinero y en consecuencia la creación de niveles de vida más bajos.¹ Por estas razones han surgido otros medios de subsistencia como la creación de microempresas o mipymes, que en Colombia representan el 94% de los negocios y el 33% de la población ocupada. Además permiten la generación de empleo y con el apoyo del gobierno que da incentivos y propicia los mismos para su generación.²

Es importante anotar que el gasto en promedio de los hogares colombianos es de \$1'535.254 mensuales. La mitad de estos gastos corresponde a vivienda y alimentación - en igual proporción -, seguido por transporte y educación.³ La situación económica por la que en la actualidad atraviesan las familias Colombianas, conduce a la necesidad de adquirir alimentos y productos de aseo en su canasta básica que sean más económicos. El proyecto propuesto brinda la oportunidad de prestarles un servicio el cual les traerá beneficios para la reducción de gastos fijos familiares mensuales, al disponer de un producto de precio más económico con respecto a los productos que se ofrecen actualmente en el mercado de pañales desechables.

Actualmente en el manejo de los niños menores de 3 años se utiliza en su aseo diario el pañal desechable, es decir no reutilizable. Los componentes de este producto no son altamente biodegradables e inciden negativamente en el medio ambiente, motivo por el cual se propone realizar un análisis de mercado para evaluar la implementación de un servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Cali, el cual estará encargado de la fabricación de los mismos y de la prestación del servicio al usuario final.

¹ GOODLAND, Robert. Desarrollo Económico Sostenible, Bogotá: Uniandes. 1998. 156 p.

² Guía Económica [en línea] Bogotá: Banco de la República Luis Ángel Arango, 2004. [Consultado 19 de Julio, 2004]. Disponible en Internet: <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/biologia/biolo20.htm>

³ En que gastan los colombianos: Revista Dinero, No.212 (Ago. 2004) [en línea] Bogotá: 2004. [consultado 23 de Julio, 2004] Disponible en Internet: www.dinero.com.co

2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Con el costo creciente del pañal desechable, las personas tendrán otra opción más económica?

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar el mercado actual de pañales para evaluar la implementación de un servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Santiago de Cali.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ◆ Analizar el grado de aceptación del pañal de tela versus el desechable.
- ◆ Evaluar la actitud, si genera confianza, seguridad, por economía, acerca de la reutilización del pañal de tela, y la aceptación del servicio.
- ◆ Identificar los posibles recursos necesarios para prestar el servicio.
- ◆ Recopilar información a través de una investigación de mercado que sirva como fuente de análisis y decisión para el proyecto.

4 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad se vive en una sociedad muy inconsciente sobre el paradero de las basuras y el impacto negativo sobre el medio ambiente que se genera por dicho hecho.

Se estima que un bebe produce 1,000 libras de desechos de pañales desechables por año⁴, esto constituye casi el 4% del total de los desechos domésticos y en el botadero probablemente tomara entre 200 a 500 años en descomponerse.⁵

El uso y la implementación del servicio de aseo de pañales, es un proyecto novedoso para la comunidad de la ciudad de Cali, y que ya ha sido implementado en países como México, Estados Unidos, el Reino Unido entre otros reduciendo así la contaminación ambiental y creando un mejor futuro para nuestros hijos y oportunidades de vida.

Igualmente el proyecto servirá para la generación de empleo en Cali y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas al disponer de un producto en forma oportuna y con altas condiciones de asepsia, así como también servirá a la reducción de gastos fijos familiares, al disponer de un producto de precio más económico con respecto al mercado de pañales desechables. También tendrá la comodidad de recibir el servicio en casa ahorrando tiempo en ir de compras.

⁴ Diaper service [en línea] New Jersey, Estados Unidos: DiaperKing Cloth Diaper Service, 2004 [consultado 15 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.diaperking.com/>

⁵ Nappie Service [en línea] Tenesse, Estados Unidos: Angel Fluff Diaper Company, 2004. [consultado 18 de Agosto, 2004. Disponible en Internet: <http://www.angelfluff.com/>

5 MARCO DE REFERENCIA

5.1 ANTECEDENTES

En la actualidad existen numerosas empresas de servicio de aseo de pañales de tela en los países de Estados Unidos; ComfuBummy Diapers Industry. , Reino Unido; Babyneeds, México; EcoBebé entre otros. Estas empresas tienen un recorrido de años de estar prestando el servicio en su comunidad y han sido aceptados con el propósito de la preservación del medio ambiente, la salud de sus hijos y los costos de los servicios que les brindan.

En Colombia, se carece de estudios que hagan referencia a empresas de pañales de tela según la revisión de la literatura realizada.

5.2 MARCO CONCEPTUAL

- **ANÁLISIS DE MERCADO:** Es la recolección de información del mercado para identificar y desarrollar nuevos productos y servicios o llegar a nuevos clientes. Los clientes son la principal fuente de información; ellos son quienes determinan cual es la demanda de los productos en el mercado.

- **RECOLECCIÓN DE DATOS:** Se puede realizar mediante encuestas prediseñadas cuya finalidad principal es recoger los datos de las fuentes de información primaria.

- **RECURSOS NECESARIOS:** Hace referencia a los recursos financieros necesarios para el inicio de operaciones del servicio. Esto incluye inversión inicial, maquinaria y equipos, mano de obra necesaria, costos y cantidad de materia prima, requerimientos legales (notaria, cámara de comercio, impuestos, otros).

- **DEMANDA:** La demanda está representada por la cantidad de gente que está dispuesta a comprar un producto a un precio determinado. Las necesidades y los deseos son múltiples, cambiantes e influidos por la cultura. Los deseos se traducen en demanda potencial es decir la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere a fin de procurar la satisfacción de una necesidad específica a cambio de un precio determinado.

- **CONSUMO:** El proceso de obtener utilidad de una mercancía o servicio. En un sentido general sirve para indicar el proceso de adquisición de bienes y servicios, así como también la cantidad que se gasta de cada uno de ellos.

Para el proyecto se hace necesario definir conceptualmente además los siguientes términos.

- PAÑAL REUTILIZABLE: Se entiende como un pañal 100% de tela de algodón, respirable y lavable. Existen diferentes de estos pañales.⁶
- PAÑAL DESECHABLE: Se entiende por un pañal fabricado de película de Polietileno, tisú, adhesivos Termo Fusibles, Tela No-tejida Hidrofóbica, Tela no Tejida Hidrofílica, Elásticos, Celulosa, Poliacrilato de Sodio (conocido como Súper Absorbente o SAP (súper absorbent polymer))⁷
- GRADO DE ACEPTACIÓN: Se entiende como el porcentaje de aprobación o tolerancia por parte de los consumidores con respecto al servicio.
- IMPACTO AMBIENTAL: Establecer la relación y las diferencias existentes entre el pañal desechable y el pañal de tela.
- EVALUACIÓN DE LA PREFERENCIA: Valorar el grado de distinción que se antepone a ciertos hechos, acciones o situaciones.

5.3 MARCO JURÍDICO

Para llevar a cabo la empresa tendrá que cumplir con algunas normas de sanidad ante la Secretaría de Salud municipal de la ciudad de Cali, sección de Saneamiento Ambiental, para llevar a cabo sus procesos.

⁶ Diaper Service [en línea] North Carolina, Estados Unidos: TinyTots Diaper Service Industry, 2004. [consultado 25 de Julio, 2004] Disponible en Internet: <http://www.tinytots.com/>

⁷ ver glosario

6 DISEÑO METODOLOGICO PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

6.1 TIPO DE ESTUDIO

Se realizó un Estudio Descriptivo, ya que este caracteriza el comportamiento del usuario-consumidor y determina como se perciben las características de un servicio tendiente a soportar un análisis de mercado para la implementación de un servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Cali.

6.2 POBLACION Y MUESTRA

La población estuvo conformada por mujeres en estado de gestación y madres de familia con hijos menores a 3 años (20- 40 años) que residan en la ciudad de Cali ubicadas en estrato socioeconómico 3, 4 y 5. Se hizo uso de los siguientes criterios de inclusión y exclusión (ver técnica de análisis de datos Pág. 10) Se utilizó un tipo de muestreo para poblaciones infinitas que permita calcular el tamaño de la muestra, con un nivel de confianza del 95% y un Margen de Error del 8%.

$$n = \frac{pqz^2}{e^2}$$

$$n = \frac{pqz^2}{e^2} = \frac{(0.50)(0.50)(1.96)^2}{(0.08)^2} = \frac{0.9604}{0.0064} = 150.06$$

Se realizaron 150 encuestas.

Donde

n= tamaño de la muestra total

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e= porcentaje de error

z= Nivel de confianza

6.3 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

PRIMARIOS: Se realizó una encuesta estructurada a mujeres en estado de gestación y madres de familia con hijos menores de 3 años, con el propósito de conocer las necesidades y la aceptación del servicio.

SECUNDARIOS: Se acudió a datos de archivos, registros y bases de datos que proporcionen información pertinente al tema de investigación:

- clínicas - Ministerio de salud - DANE
- Fabricantes de Pañales desechables

6.4 TECNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Los datos obtenidos de la encuesta se analizaron con la ayuda del programa SPSS:

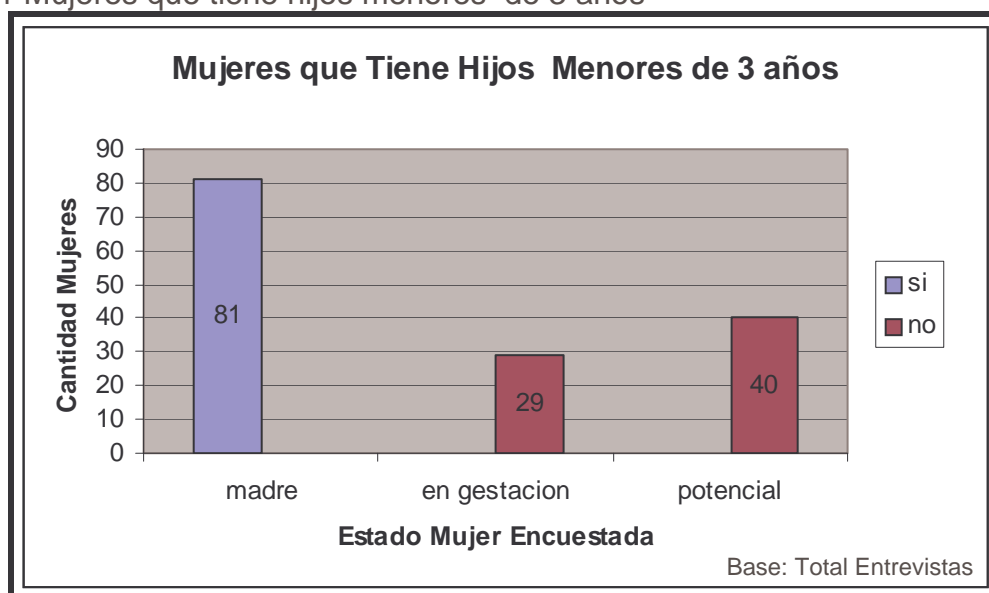
- Criterios de Inclusión: Mujeres en estado de gestación entre 20-40 años de edad, mujeres con hijos menores de 3 años,
- Criterios de Exclusión: Mujeres con hijos mayores a 3 años.

7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

P. 0 MUJERES QUE TIENE HIJOS MENORES DE 3 AÑOS

Del total de las entrevistadas 81 de ellas tienen hijos menores de tres años, 29 se encuentran en estado de gestación y 40 son usuarias potenciales.

Tabla1 Mujeres que tiene hijos menores de 3 años



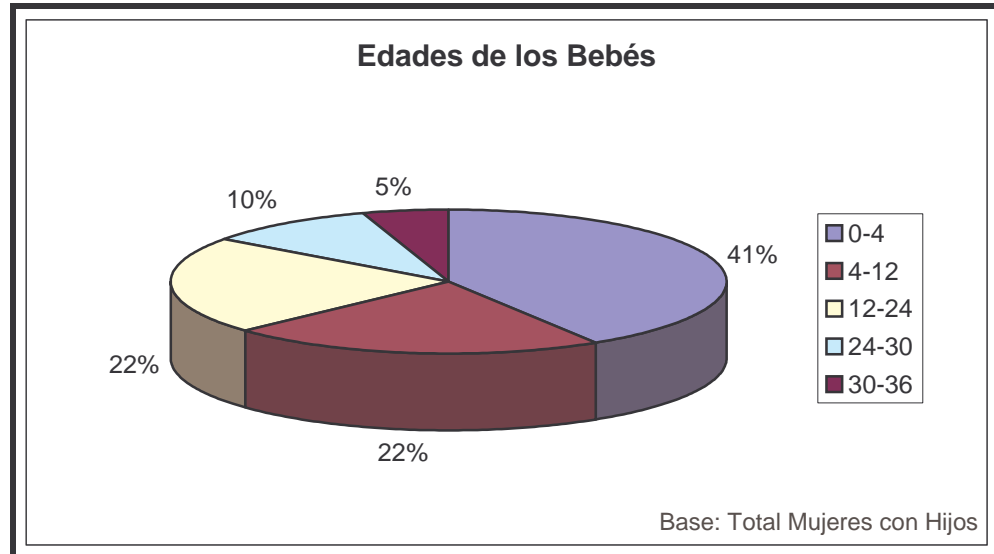
Fuente: Investigación De Mercados para servicio De Aseo De Pañales De Tela En La Ciudad De Cali

El 47% de las 150 mujeres entrevistadas pertenecen al estrato 3, el 36% al estrato 4 y el 17% al estrato 5.

P. 1 EDAD DEL BEBÉ

El 41% de las mujeres entrevistadas que tiene hijos menores de tres años, son madres de bebés con una edad inferior de los 4 meses, lo que las convierte en posibles usuarias si se tuviese en cuenta solamente este factor y el 44% de las edades de los bebés oscila entre los 5 y 24 meses. Lo que nos demuestra que la tasa de natalidad continua en aumento.

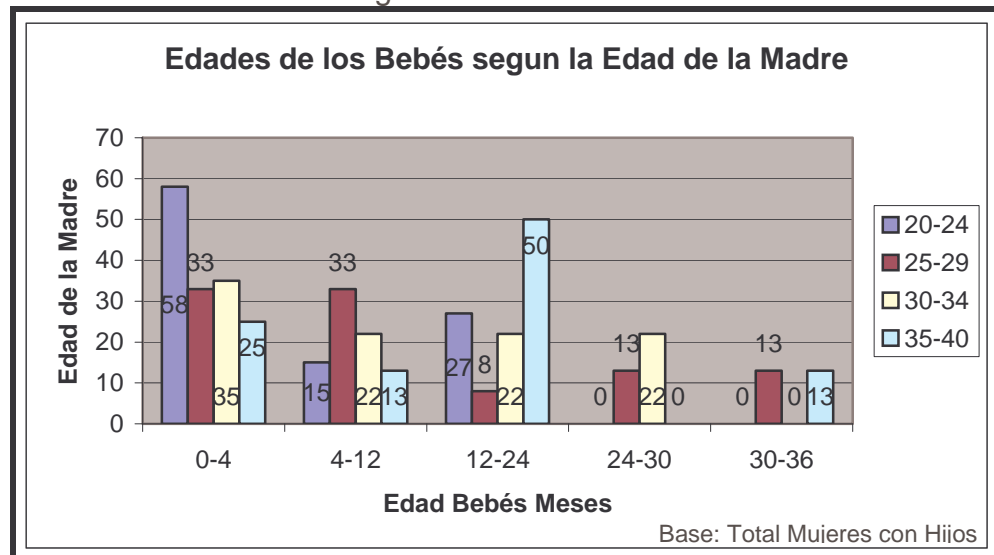
Tabla 2 Edades de los bebés



Fuente: Investigación de Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Las mujeres entre los 20 a 24 años de edad tiene mas tendencia a ser madres de bebés entre 0 y 4 meses y los 12 a 24 meses. De manera muy similar las mujeres entre los 25 y 34 años tiene hijos con edades entre los 0 a 12 meses, lo cual permitió identificar un mercado potencial amplio.

Tabla 3 Edades de los bebes según la edad de la madres

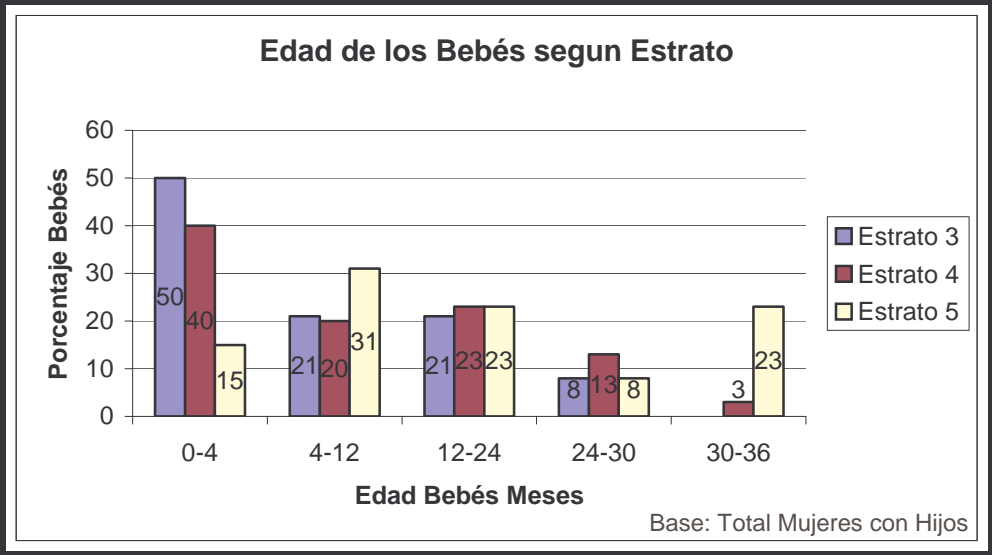


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

En los estratos 3 y 4 se identifico que hay una mayor incidencia de bebés entre los 0 – 4 meses, lo que se analizará posteriormente con la disposición de compra para poder valorar la aceptación y real intención de adquirir el nuevo servicio. En los

tres estratos analizados se encontró en similar proporción que hay bebés entre los 12 – 24 meses.

Tabla 4 Edad de los bebés según estrato

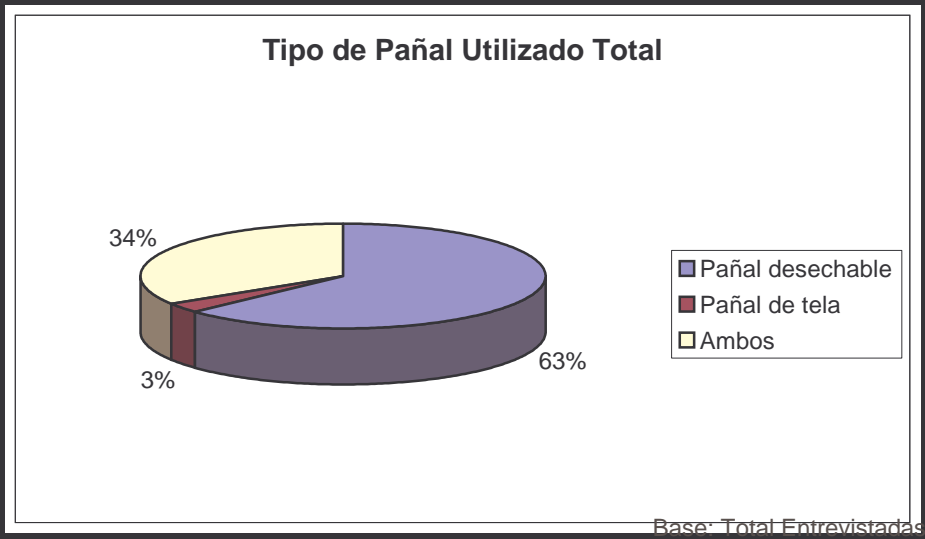


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P. 2 TIPO DE PAÑAL QUE UTILIZA (RÍA) CON ÉL BEBE (CUANDO TENGA BEBE)

El 63% de las mujeres entrevistadas que tienen bebe o potencialmente madres usan o piensan usar pañales desechables, el 37% restante usan o usarían pañal de tela exclusivo o compartido con el pañal desechable.

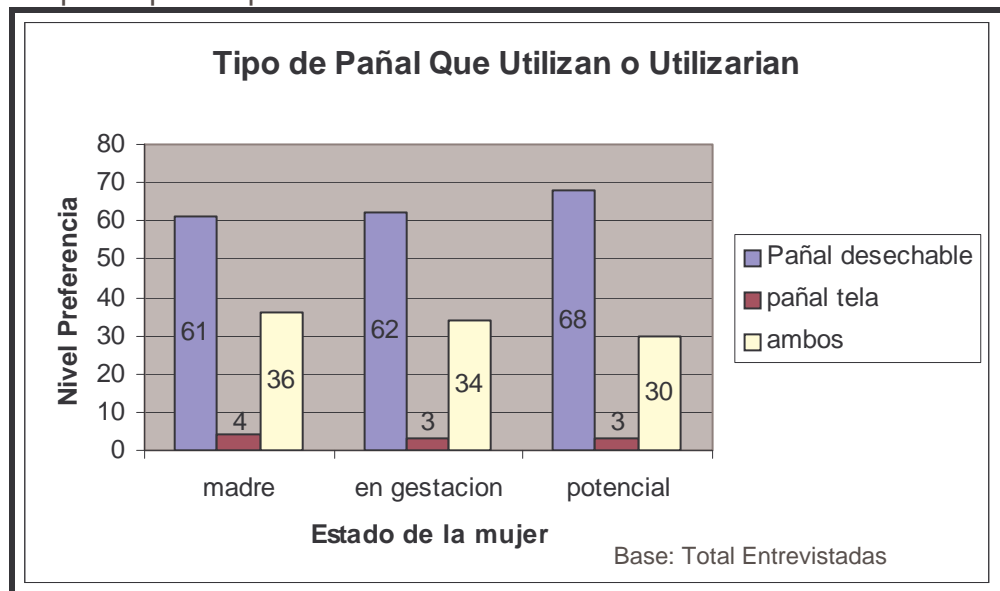
Tabla 5 Tipo de pañal utilizado total



Fuente: Investigación de Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Es muy importante el resultado según el estado en que se encuentran las entrevistadas, la posición con respecto a los diferentes tipos de pañales, de manera muy similar todas usan o piensan usar esos productos en las mismas proporciones, lo que indica que para el nuevo negocio, se tendría un potencial de penetración del 37%.

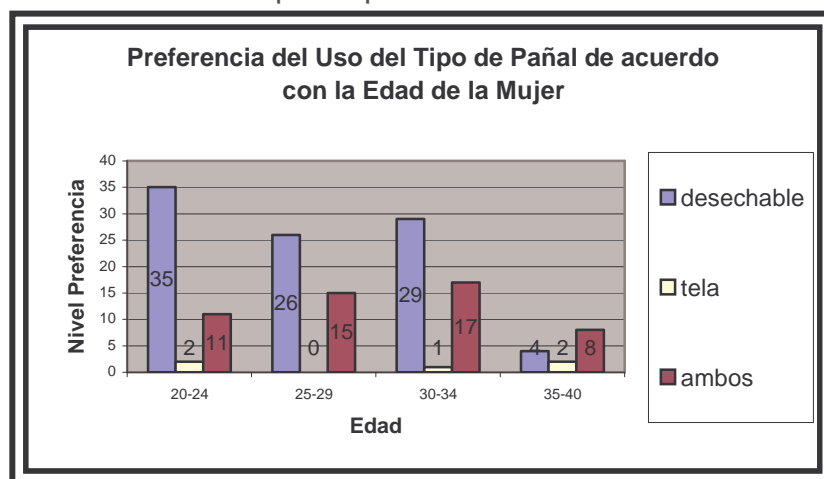
Tabla 6 Tipo de pañal que utilizan o utilizarían



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Además es de anotar que las mujeres entre los 20-34 años prefieren de manera significativa utilizar el pañal desechable mientras que las mujeres que tiene de 35 años en adelante utilizan o utilizarían al mismo tiempo el pañal de tela y el pañal desechable de manera complementaria.

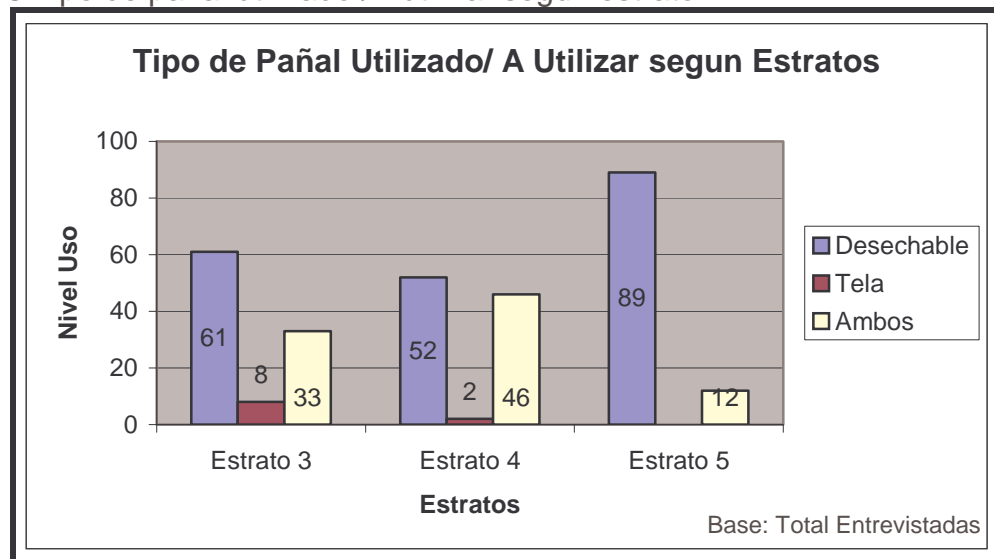
Tabla 7 Preferencia del uso del tipo de pañal de acuerdo con la edad de la mujer



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

El 78% de las mujeres entrevistadas pertenecen a los estratos 3 y 4, y utilizan o piensan utilizar de manera alternativa el pañal desechable y el pañal de tela, mientras que el 88.5% (23) del total de las encuestadas pertenecientes al estrato 5 (26) prefieren seguir utilizando el pañal desechable. Se pudo observar que los estratos 3 y 4 dan mayor importancia al uso del pañal de tela que el estrato 5.

Tabla 8 Tipo de pañal utilizado / A utilizar según estrato

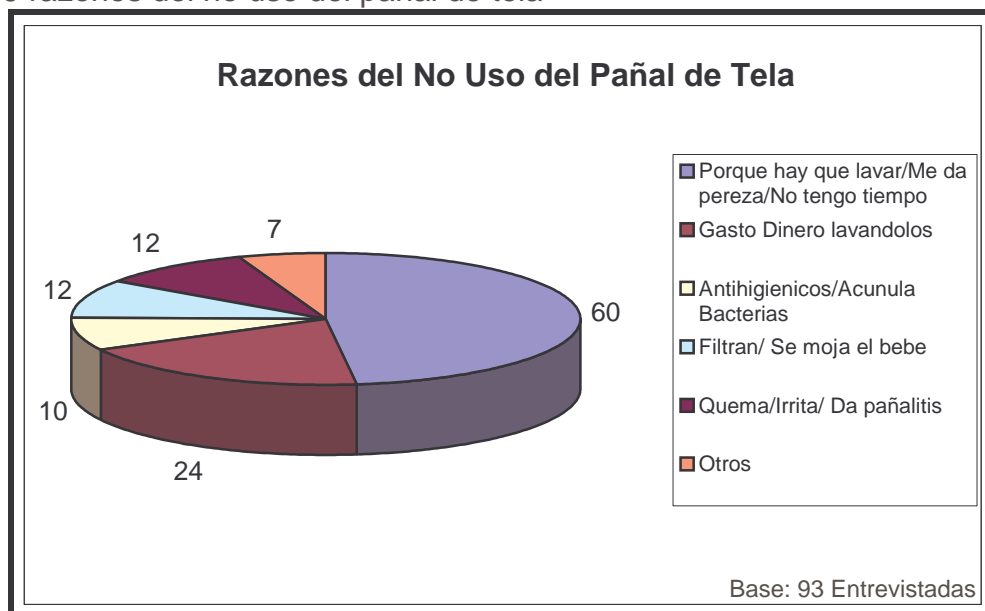


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P. 3A RAZONES DEL NO USO DEL PAÑAL DE TELA

El uso del pañal de tela se ve restringido en gran proporción con un 60% a causa de que a las mujeres les da pereza lavarlos y tampoco tienen tiempo para hacerlo. Otra preocupación de las mujeres es el gasto económico que esto implica en cuanto a agua y jabón con un 24%. Además consideran que el bebé se moja más, se quema o puede sufrir de pañalitis, 12% respectivamente.

Tabla 9 razones del no uso del pañal de tela

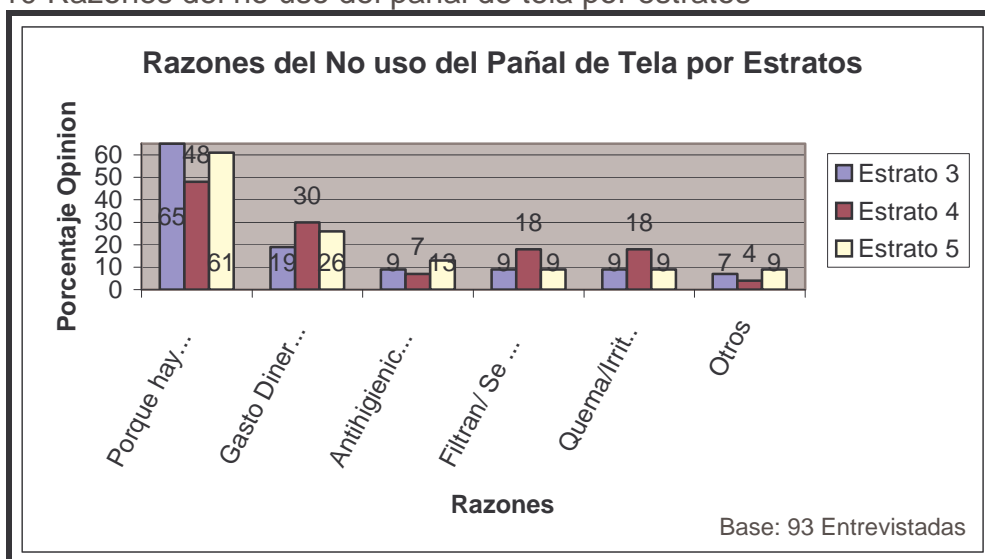


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

El estrato 3 y 5 de manera similar consideraron que les da pereza lavar pañales de tela y no tienen tiempo. El estrato 4 divide su opinión entre el gasto de dinero lavándolos y la pereza de hacerlo. Para el estrato 5 el pañal de tela es considerado antihigiénico.

Esto demuestra que por el hecho de tener que lavarlos y realizar algún tipo de esfuerzo ya sea físico o en tiempo se ha dejado de lado el uso del pañal tela.

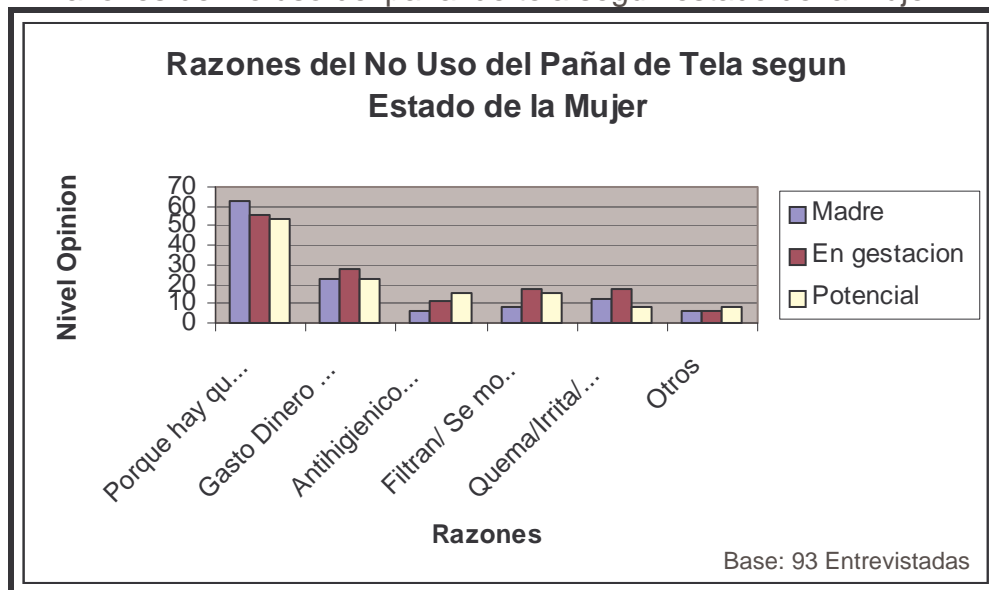
Tabla 10 Razones del no uso del pañal de tela por estratos



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Las mujeres según el estado en que se encuentran opinan de forma muy similar que la razón por la cual no utilizan pañal de tela se debe a que tienen que lavar y no tienen tiempo de hacerlo y de que gastan dinero haciéndolo.

Tabla 11 Razones del no uso del pañal de tela según estado de la mujer

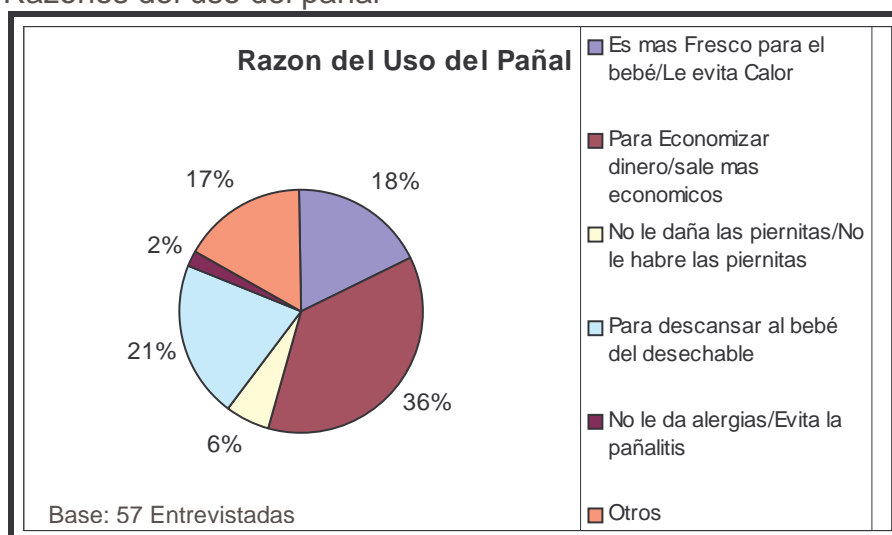


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.3B RAZONES DEL USO DEL PAÑAL DE TELA

Entre las mujeres encuestadas que utilizan o piensan utilizar pañal de tela, existe una mayoría con un 36% que lo hacen por recursos económicos, es decir que son más económicos en precio con respecto al desechable. El siguiente factor influyente del uso del pañal de tela se debe a que de esta manera el bebé puede descansar del pañal desechable y estar por ende más fresco y evitarle calor.

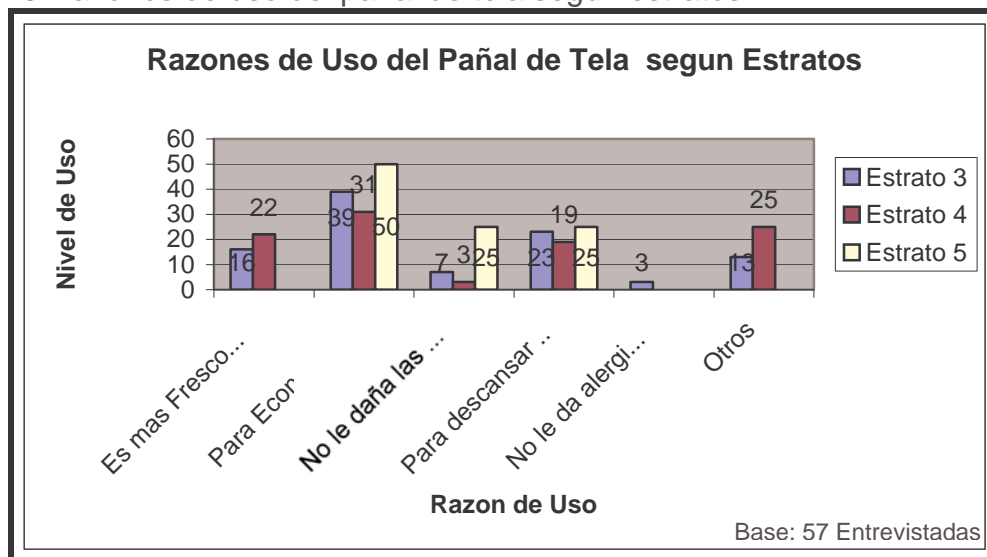
Tabla 12 Razones del uso del pañal



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Se observa que existe una concordancia entre los estratos 3, 4 y 5 del motivo de usar los pañales de tela, ya que estos resultan más económicos para los gastos de la familia y el usar los pañales para dejar descansar al bebé de los pañales desechables ya que son más frescos y les evita el calor.

Tabla 13 Razones de uso del pañal de tela según estratos

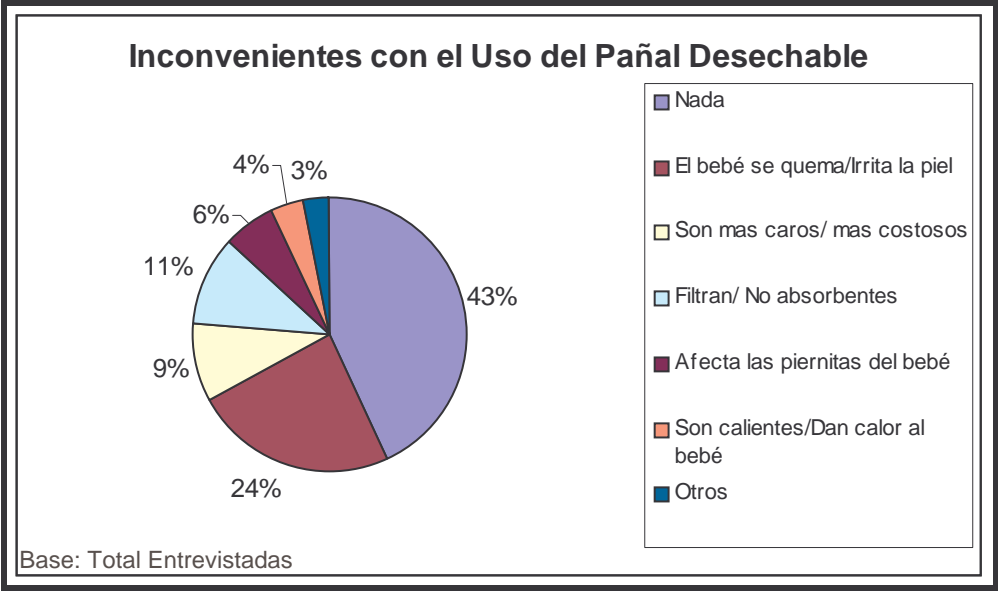


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.4 INCONVENIENTES / PROBLEMAS DEL USO DEL PAÑAL DESECHABLE

En general las mujeres entrevistadas no tienen o han tenido ningún inconveniente o problema con los pañales desechables. Sin embargo un problema que se presenta en el uso de este tipo de pañal es que los bebés se queman o se irritan, 24%. Algunos pañales desechables tienen el problema de que filtran la orina debido a que no son muy absorbentes, 11%. Otro factor que afecta a las mujeres es el alto precio de los pañales desechables con un 9%.

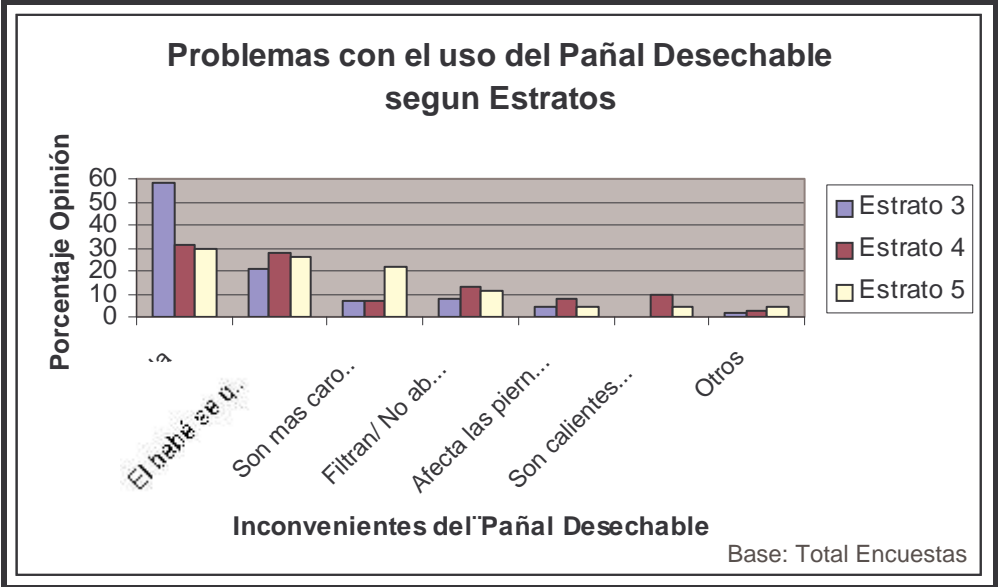
Tabla 14 Inconvenientes con el uso del pañal desechable



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Es de importancia anotar que existe un porcentaje muy similar entre los estratos 3, 4 y 5 que el problema más relevante en cuanto al uso del pañal desechable es que los bebés se queman, se irritan o les da alergia.

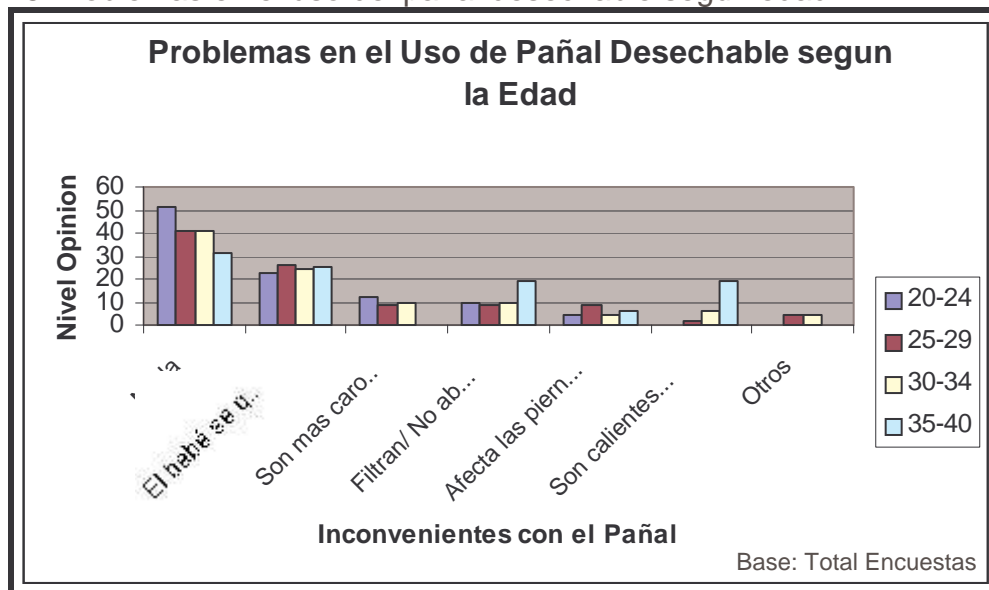
Tabla 15 Problemas con el uso del pañal desechable según estratos



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

De igual forma, las mujeres, sin importar la edad están de acuerdo en que el factor que más afecta al bebé en el uso del pañal desechable es que se queman, se irritan y presentan alergias.

Tabla 16 Problemas en el uso del pañal desechable según edad

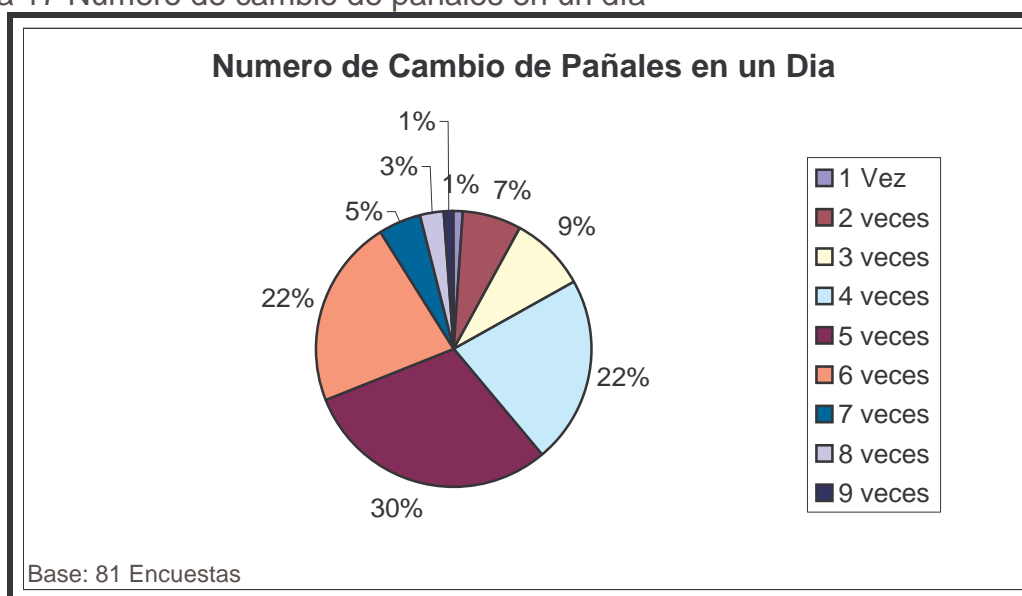


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P. 5 NUMERO DE CAMBIO DE PAÑALES EN UN DÍA

En promedio las madres con niños menores de tres años cambian a su bebé unas 5 veces al día.

Tabla 17 Numero de cambio de pañales en un día

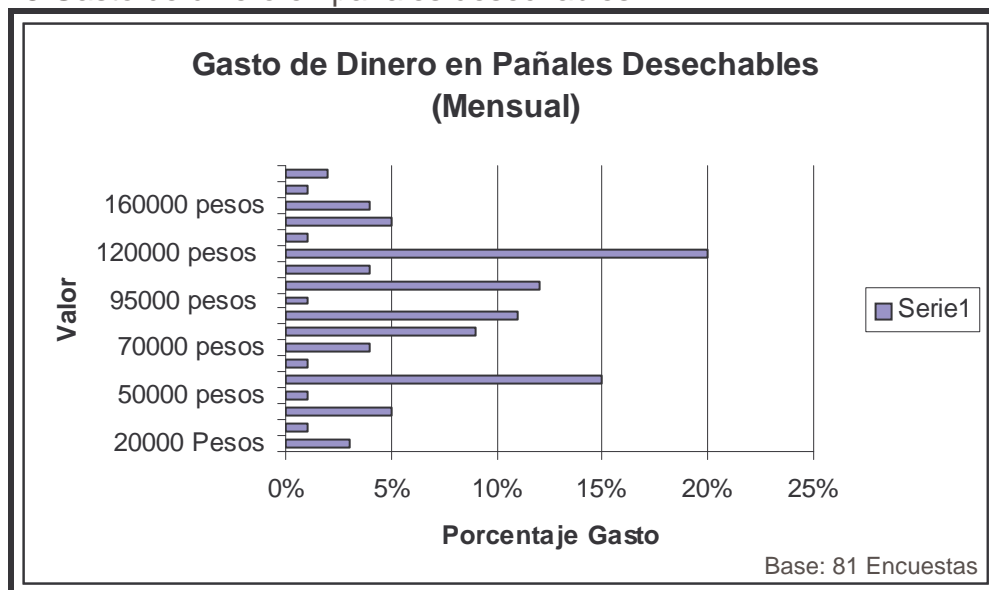


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.6 GASTO EN PAÑALES DESECHABLES (DINERO)

En promedio las madres de niños menores de 3 años de edad gastan en pañales desechables unos \$120.000, \$60.000 y \$100.000 pesos mensuales.

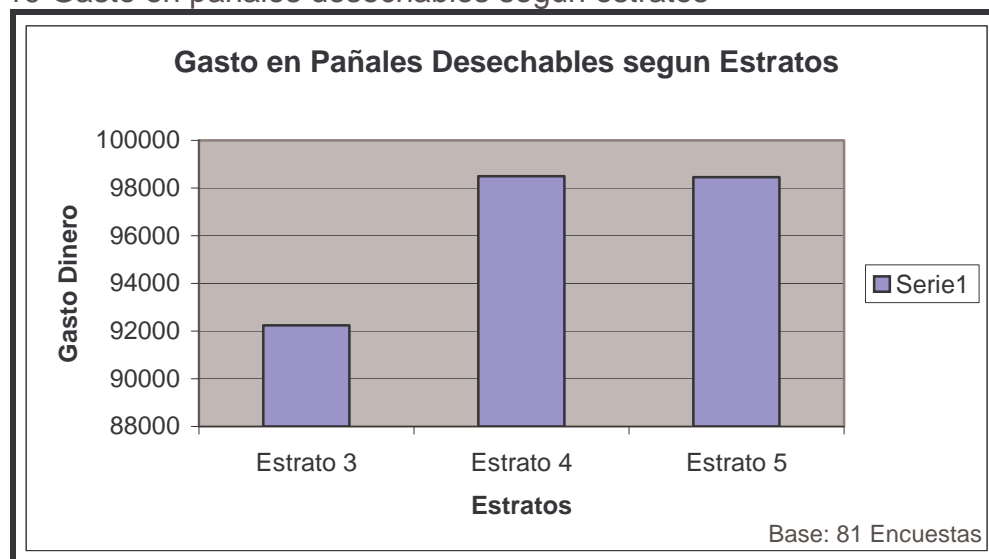
Tabla 18 Gasto de dinero en pañales desechables



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Se observó que los estratos 4 y 5, tiene un gasto en promedio de \$98.000 pesos, mientras que el estrato 3 gasta \$92.000 pesos mensuales en la compra de los pañales desechables. Estas cifras son de significativa importancia y se podrá analizar con respecto al precio del negocio.

Tabla 19 Gasto en pañales desechables según estratos

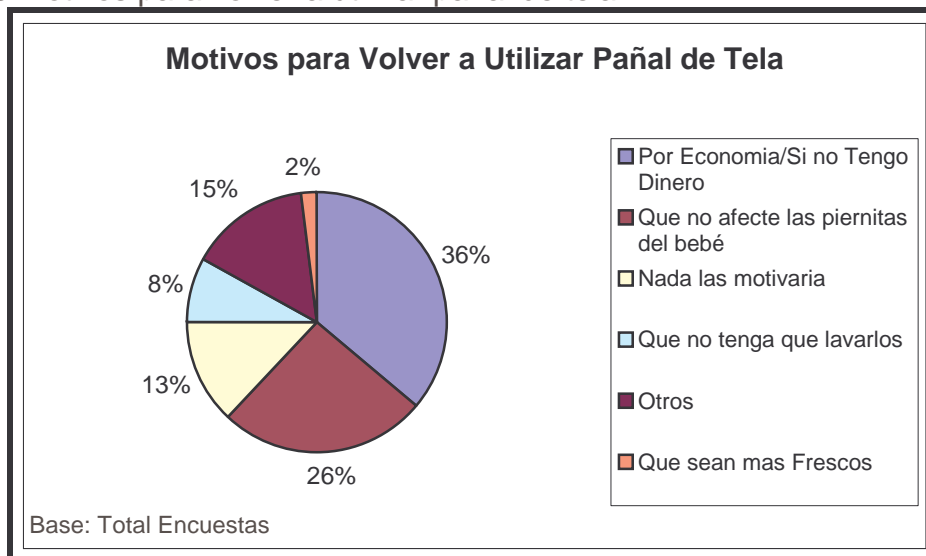


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.7 RAZONES DE VOLVER A USAR O UTILIZAR PAÑAL DE TELA

A las mujeres y madres de familia las motivaría volver a utilizar o utilizar pañal de tela por economía. Es decir si estos son más económicos y si no tiene recursos económicos (dinero) para adquirir los pañales desechables. El segundo motivo que las impulsaría, sería si el pañal desechable afectará de alguna forma las piernitas del bebé.

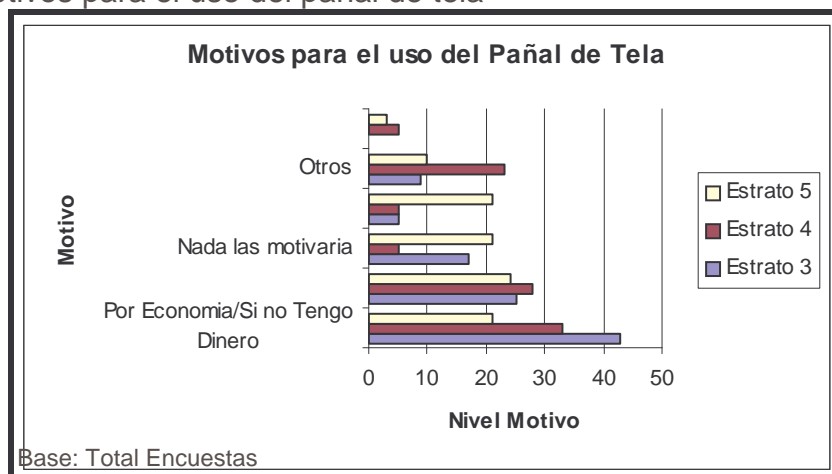
Tabla 20 Motivos para volver a utilizar pañal de tela



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Para el estrato 3 y 4 es de importancia tener en cuenta que el motivo más relevante para volver a utilizar o utilizar el pañal de tela, sería el de la economía. Mientras que el motivo para el estrato 5 es más importante el de que no afecte las piernas del bebé.

Tabla 21 Motivos para el uso del pañal de tela

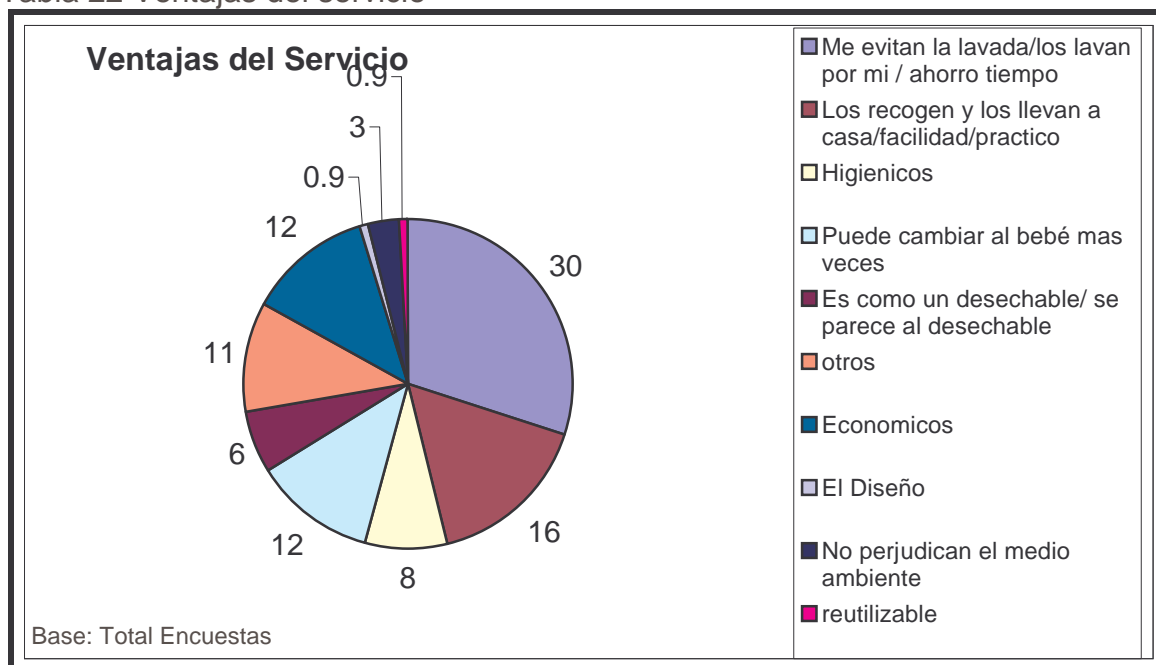


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.8 VENTAJAS DEL SERVICIO

En general las mujeres entrevistadas opinaron que la mayor ventaja del servicio es la de que les evita la lavada, pues el servicio lava los pañales de tela por ellas y además les ahorra tiempo. En segunda instancia la ventaja que predomina es el servicio de la recogida y entrega en la casa de la madre, por esta característica ven el servicio como practico.

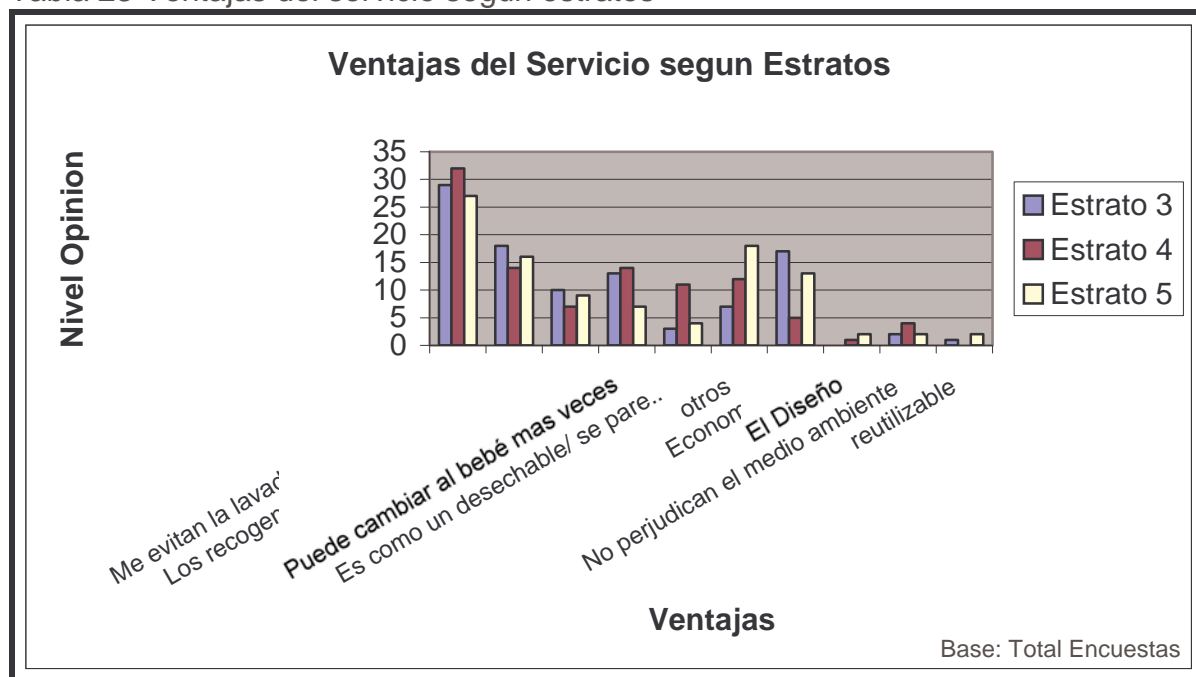
Tabla 22 Ventajas del servicio



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Es importante el resultado por estratos, donde se observo una similitud entre los tres estratos del estudio. Estos arrojaron que las ventajas mas destacadas del servicio siguen siendo el que evitan lavar, pues los lavan por ellas y les ahorra tiempo y que se los recogen y llevan a la casa, siendo un servicio muy practico. Además se observo que para el estrato 3, aparte de la ventaja que ofrece el servicio de que le evita la lavada y le ahorra tiempo, el que sea económico y el poder cambiar al bebé varias veces, tiene gran importancia. De igual forma el estrato 4 le da importancia al poder cambiar a bebé mas veces al día.

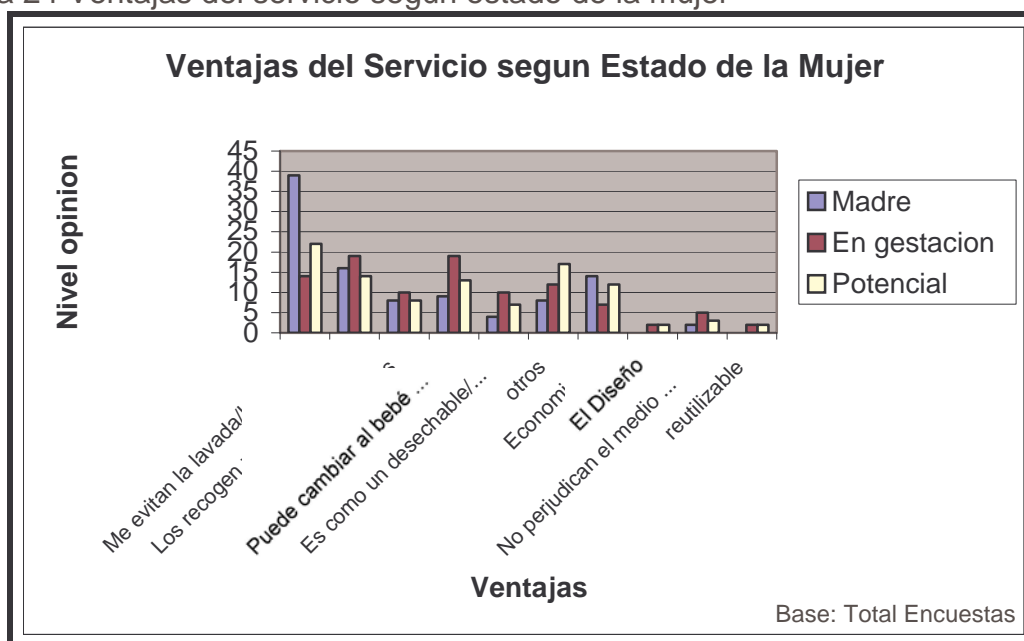
Tabla 23 Ventajas del servicio según estratos



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Según el estado de la mujer, las mujeres en estado de gestación dan mayor importancia a la ventaja de que el servicio recoge y entrega en la casa los pañales lo que lo hace mas practico y fácil para ellas. Además de que le dan también importancia a que pueden cambiar al bebé varias veces al día para evitar inconvenientes de salud. Las madres de los bebés le dan crédito, además de que los lavan por ellas y los recogen, a que el servicio debe ser más económico y por ende poder cambiarlo varias veces.

Tabla 24 Ventajas del servicio según estado de la mujer

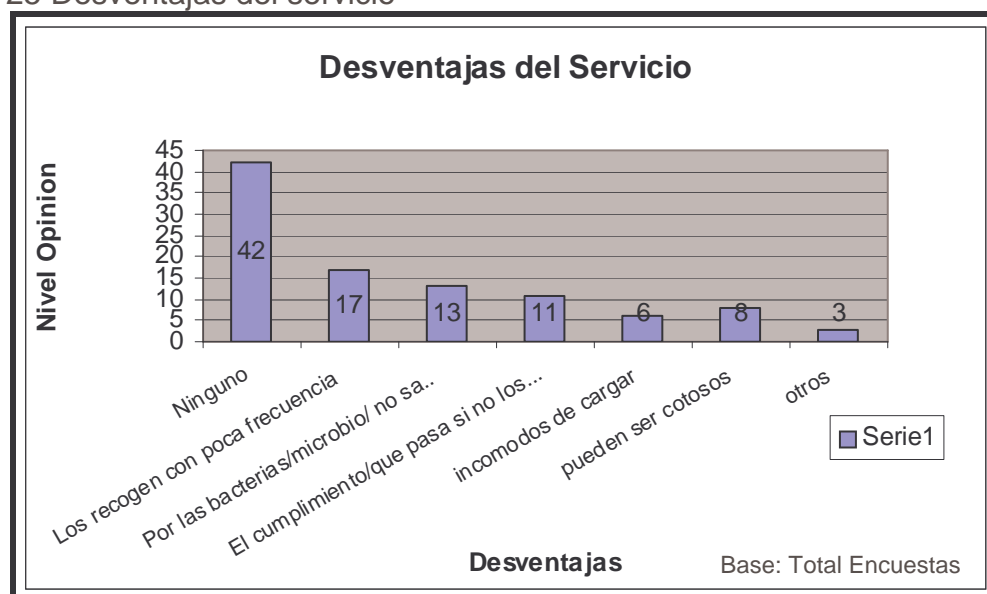


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.9 DESVENTAJAS DEL SERVICIO

En general un 42.3% de las entrevistadas opinaron que el servicio no presenta ninguna desventaja. El 17% opinaron que los recogen con poca frecuencia y el 13% que podrían presentar bacterias o microbios pues no están seguros de cómo es el proceso de lavado e higienización.

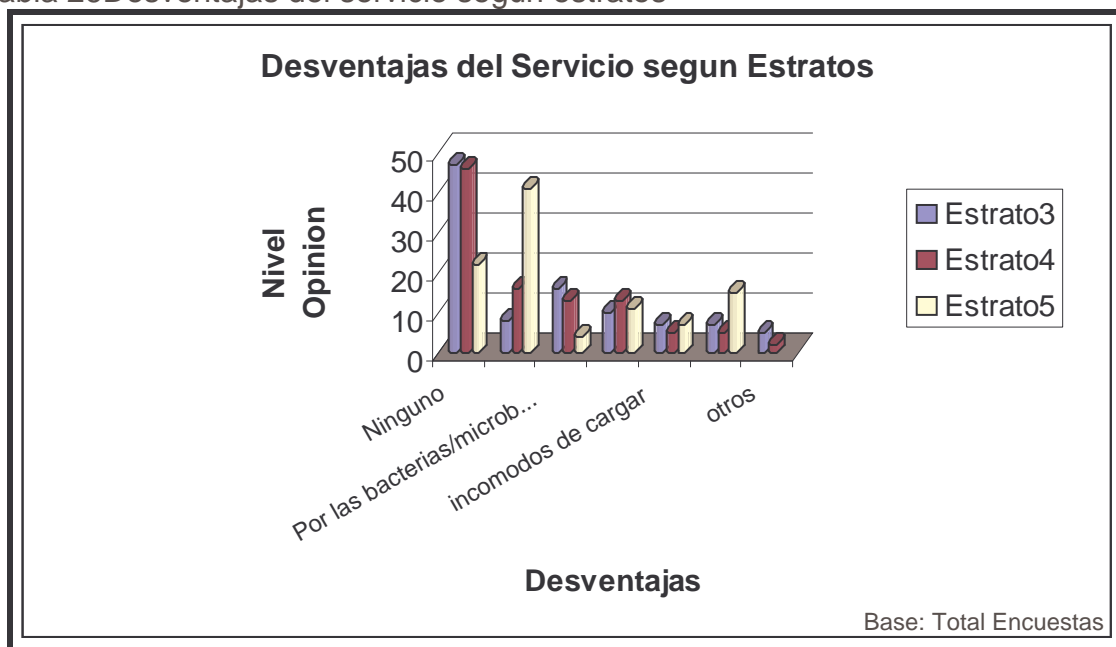
Tabla 25 Desventajas del servicio



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Es de importancia el resultado por estratos puesto que para las madres de los estratos 3 y 4 predomina, en que el servicio no presenta ninguna desventaja, mas sin embargo el estrato 4 le preocupa que los recogen con poca frecuencia. Además, a las madres del estrato 3 les preocupa el cómo los lavan, las bacterias y los microbios. En el estrato 5 la mayor desventaja que se presento es que los recogen con poca frecuencia.

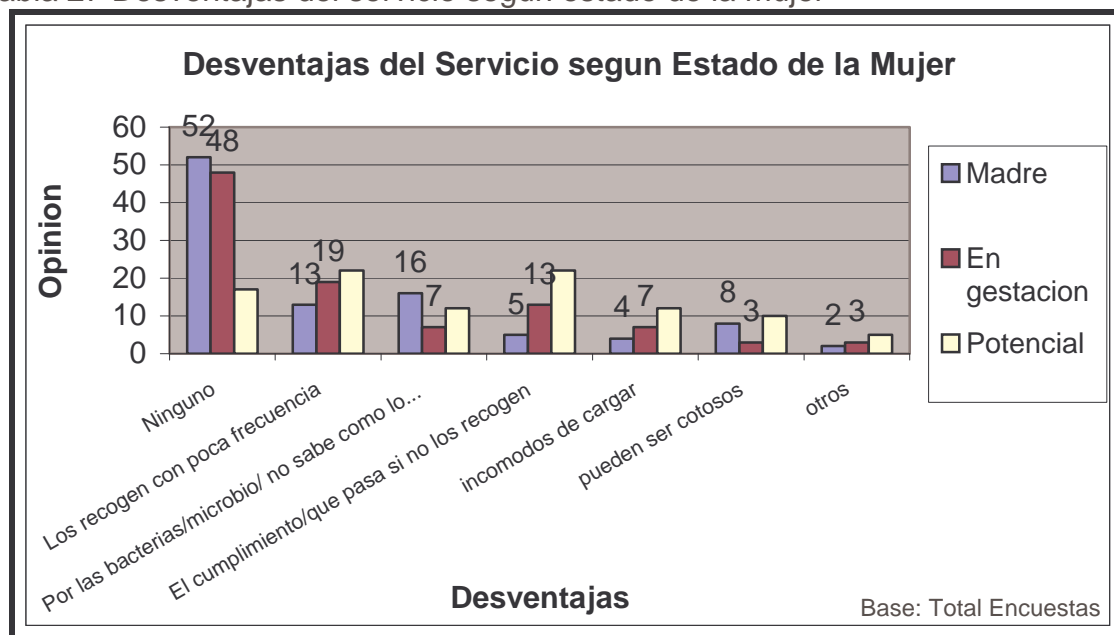
Tabla 26 Desventajas del servicio según estratos



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Las potenciales madres reparten su opinión entre la desventaja de que los recogen con poca frecuencia y el cumplimiento del servicio. Mientras que para las madres y las mujeres en estado de gestación, el servicio no presenta ninguna desventaja. Aunque es de destacar que para las madres les preocupa el proceso de lavado, los microbios y bacterias, y para las mujeres en estado de gestación le preocupa como siguiente desventaja el que los recojan con poca frecuencia.

Tabla 27 Desventajas del servicio según estado de la mujer



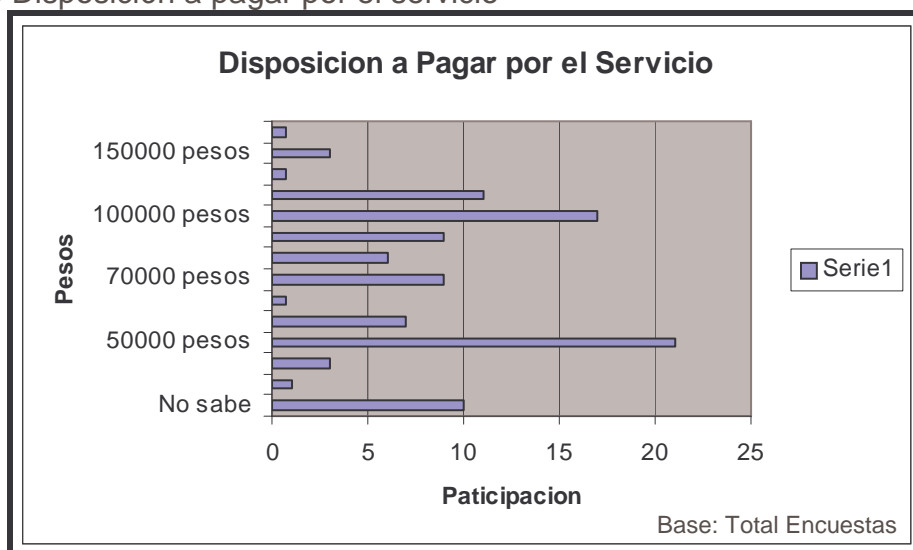
Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P.10 DISPOSICIÓN PARA PAGAR POR EL SERVICIO (DINERO)

Existe un 21% de las mujeres encuestadas que estarían dispuestas a pagar unos \$50.000 pesos por el servicio, seguidas de un 17% que pagarían \$100.000 y un 12% que creen que el servicio costará \$120.000.

Se observó que en general las mujeres creen el servicio costará unos \$82.000 pesos.

Tabla 28 Disposición a pagar por el servicio

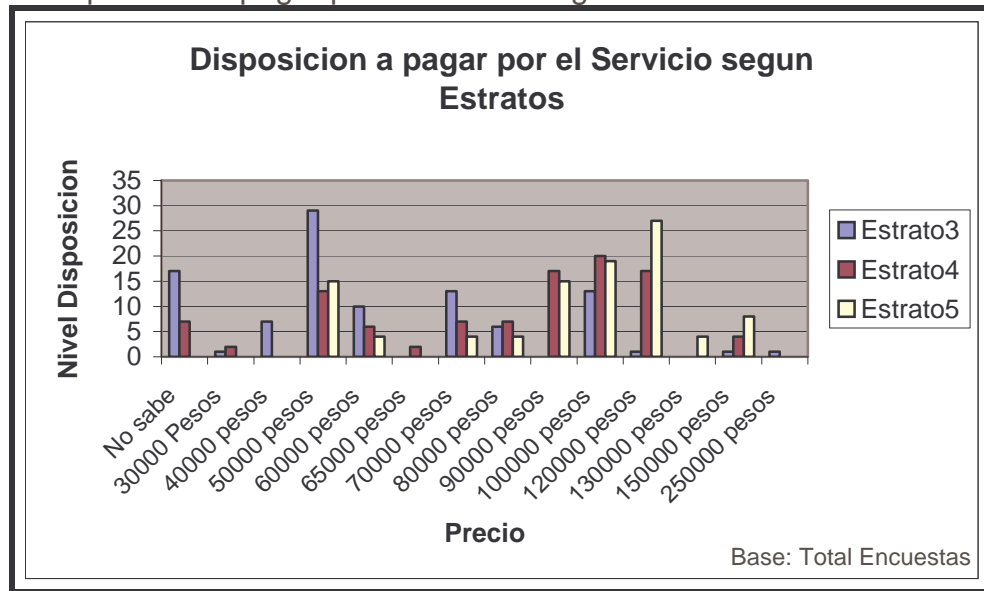


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Media Geométrica:

El estrato 3 cree que el servicio puede tener un precio de \$50.000, mientras que para el estrato 4 el precio es de \$100.000 pesos y para el estrato 5 es de \$120.000 pesos. Se pudo observar que según la situación económica de cada estrato, hacen un aproximado del precio que ellas pagarían por el servicio. En general existe una media, que el estrato 3 pagaría por servicio unos \$69.000 pesos, el estrato 4 \$88.500 pesos y el estrato 5 pagaría unos \$97.600 pesos por el servicio.

Tabla 29 disposición a pagar por el servicio según estratos



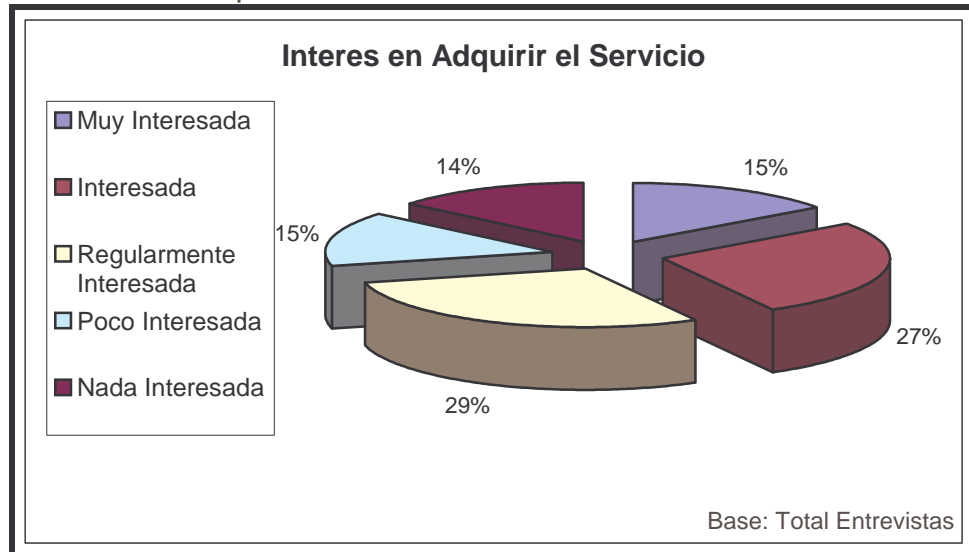
CSE – Media		
Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5
\$69310.34	\$88529.41	\$97692.31

Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

P. 11 INTERÉS EN EL SERVICIO

En general las mujeres encuestadas están en un 29% regularmente interesadas y un 27% interesadas en adquirir el servicio de aseo de pañales de tela.

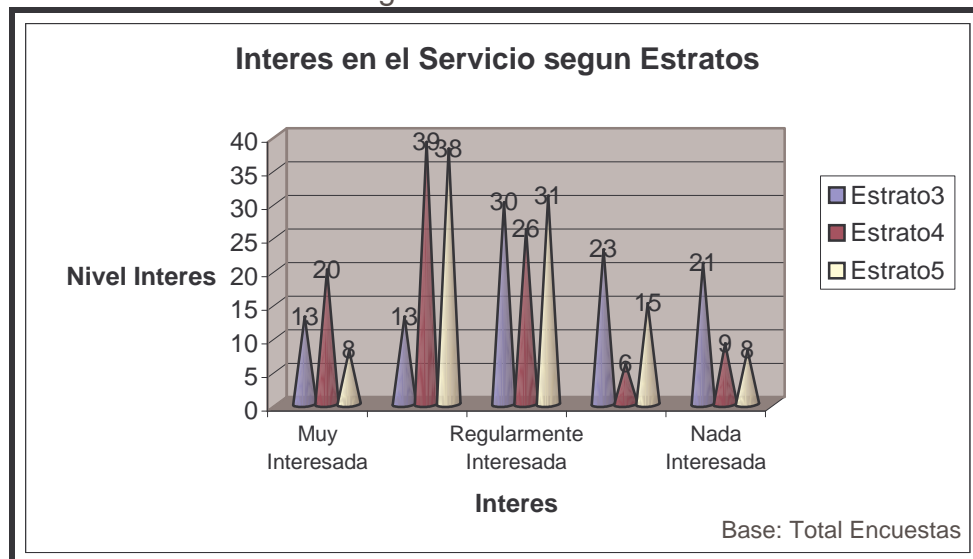
Tabla 30 Interés en adquirir el servicio



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Es importante resaltar que el estrato 4 y 5 están interesadas en adquirir el servicio puesto que el precio es inferior a lo que ellas pagarían por este. De otro lado las mujeres del estrato 3 esta regularmente interesadas puesto que ellas pagarían un precio inferior por el servicio.

Tabla 31 Interés en el servicio según estratos

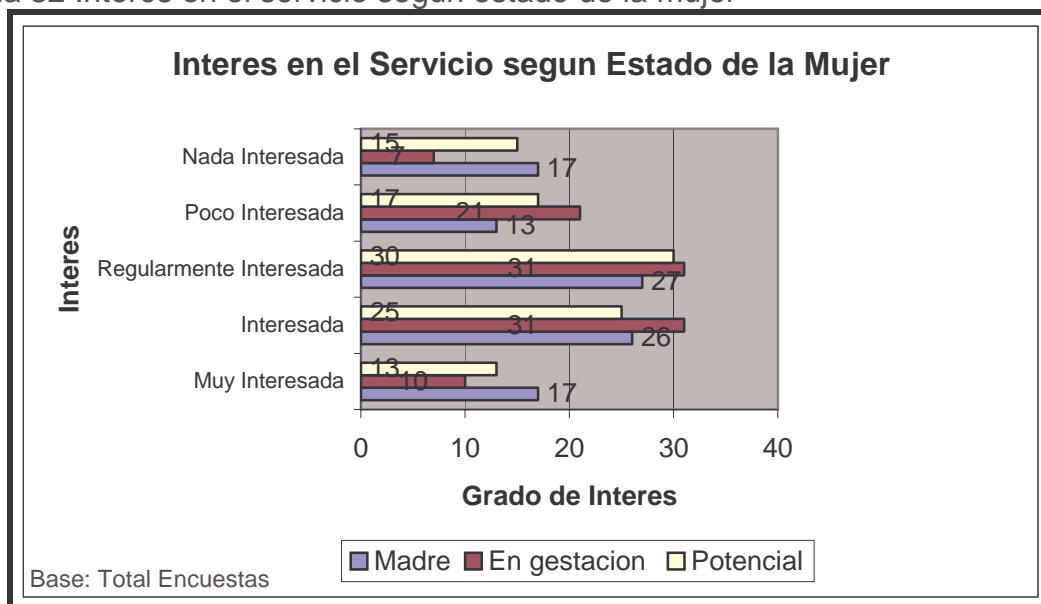


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

De las madres encuestadas existe un 53% que están interesadas y regularmente interesadas, las mujeres en estado de gestación se encuentran en un 62%

interesadas y regularmente interesadas y entre las potenciales clientes existe un 55% que están interesadas y regularmente interesadas.

Tabla 32 Interés en el servicio según estado de la mujer

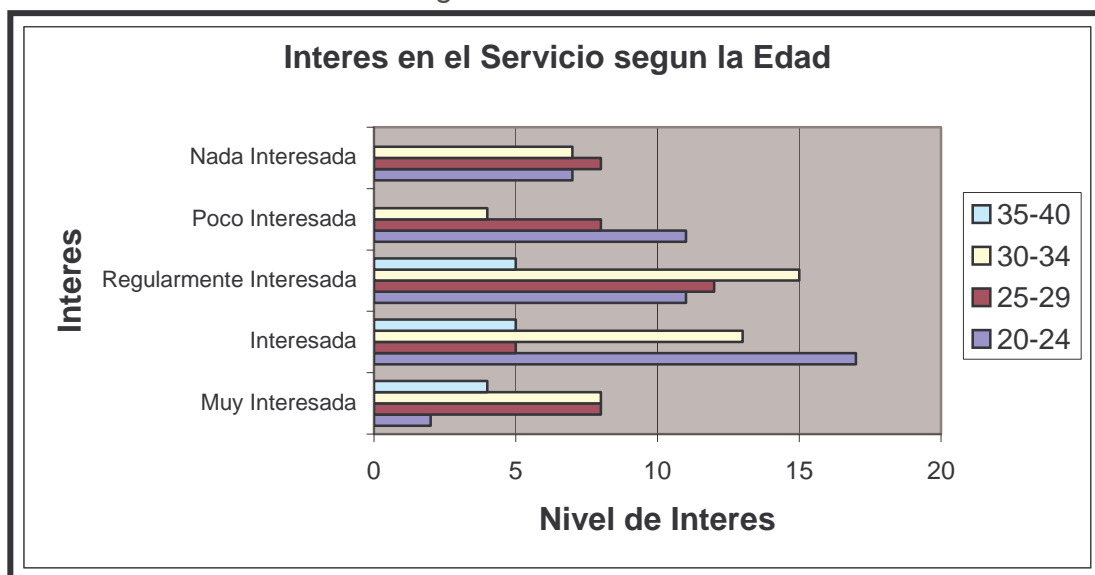


Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

Entre las edades de 20-24 años las mujeres se muestran en un 35% interesadas en el servicio. De la misma forma las mujeres entre las edades de 35 – 40 años se muestran interesadas con un 36%.

Las mujeres entre las edades de 25 – 29 años y 30 - 34 años existe una similitud y se encuentran regularmente interesadas en adquirir el servicio de aseo de pañales de tela.

Tabla 33 Interés en el servicio según la edad



Fuente: Investigación De Mercados para un servicio de Aseo de Pañales de Tela en la Ciudad De Cali

8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Comparativo entre el Pañal de Tela y el Pañal Desechable con base a los resultados del estudio.

Tabla 34 Comparativo entre el Pañal de Tela y el Pañal Desechable

PAÑAL DE TELA	PAÑAL DESECHABLE
Ventajas	Ventajas
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Biodegradable ◆ Reutilizable ◆ Mas Fresco para el bebé ◆ Más económico ◆ Se puede utilizar de manera complementaria ◆ Es 100% algodón natural y respirable ◆ Los niños aprenden más rápido ir al baño ◆ Se puede cambiar mas veces al bebé 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desechable ◆ Variedad de Tallas (diseños) ◆ Empaques distintas cantidades ◆ Distribución (en almacenes de cadenas, supermercados, superetes, droguerías) ◆ No hay que lavar
Desventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Tener que lavar da pereza ◆ Toma tiempo lavándolos ◆ La persona se moja cargando al bebé 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Altos precios ◆ No biodegradables (demora 500 años) ◆ Irritan y dan calor al bebé ◆ Afecta las piernas del bebé ◆ Están fabricados con materia prima que contiene químicos ◆ No son subsecuentes con el medio ambiente

Se realizó un análisis DOFA para el negocio el cual arrojó los siguientes resultados.

Tabla 35 Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ◆ know how ◆ Menor Precio ◆ Accesibilidad ◆ Comodidad para la usuaria ◆ Protección del medio ambiente ◆ Insumos Nacionales ◆ Materias prima, e insumos biodegradables ◆ Servicio a domicilio (en el hogar del cliente) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Capital de inversión ◆ Dificultad / Inconveniente de entrada al mercado por costumbres de las usuarias ◆ Cultura de no-preservación del medio ambiente, tendencia a lo practico.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Crecimiento de la población ◆ Pioneros en prestar el servicio ◆ Situación económica familiar (aumento de gastos – poco poder adquisitivo) ◆ Genera menos impacto ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Competencia agresiva ◆ Desarrollo de pañal biodegradable ◆ Productos Sustitutos con menor precio (tela para hacer pañales en el hogar)

9 ANÁLISIS DE COSTOS

Costos a Largo Plazo o Mediano Plazo

Calculo: Servicio de Una Unidad de Pañal de Tela

La vida util de un pañal de tela es de aproximadamente de un año. El servicio de recogida es 2 veces por semana. Se le entregaran a la usuario 60 pañales mensuales.

Materiales	Costo Unitario	Costo Servicio	
Pañal de Tela	5,000	\$52.08	*1
Canasta	24,000	\$20.83	*2
Tula	3,000	\$2.60	*3
Desodorizador	900	\$9.38	*4
Agua C.Directo	850 por 1mt3	\$76.42	*5
Agua C.Fijo	180,000	\$60.00	**
Jabon	3.52 por 1cc	\$4.40	*6
Energia C. Directo	\$218.52 por 1 KWH	\$128.49	*7
Energia C.Fijo	180,000	\$60.00	**
M.O.D Var.	675,507	\$225.17	**
Costo Fijo Unitario Pañal/Servicio		\$634.97	
Costos Dir. Var.			
Entrepañal	2,200	\$44.00	*8
Total Costo Fijo Unitario Pañal /Servicio		\$678.97	
Total Costo Fijo Servicio Mensual		\$40,738	*9

Observaciones

*1: Calculo Servicio del Pañal de Tela: Son 2 servicios por semana; 4 semanas en un mes. En total son 8 servicios al mes y 96 servicios al año.

*2: Calculo de Uso de la Canasta: 12 pañales por servicio de recogida; 24 pañales/semana; 96 pañales/mes en la canasta; 1152 pañales/año en la canasta.

*3: Calculo de Uso de la Tula: 12 pañales por servicio de recogida; 24 pañales/semana; 96 pañales/mes en la canasta; 1152 pañales/año en la canasta.

*4: 1 Pasta Desodorizadora precio unitario \$900, para cada mes por canasta; 1 mes por canasta: $1152/12=96$

*5: 56 pañales por tanda de lavado; capacidad lavadora por tanda 0.0899mt³; 1mt³ tiene un valor de \$850.

**El valor respectivo se multiplica por 3.000 pañales-servicio aproximado al mes.

*6: Garrafa de 20lts por un valor de \$70.400. 20lts equivalen a 20000 cc, $\$70.400/20.000\text{cc}=\$3,52$ valor de un cc. 56 pañales por tanda equivalen a utilizar 70cc de jabón x \$3,52 valor de cada cc = \$246.4 valor de jabón por tanda de lavado.

*7: Son 1.764 kwh mes x \$218.52 = \$385.469/3000 pañales mes.

*8: Entrepañal precio unitario \$2.200 por 50 unidades.

*9: Son 60 pañales que se entregan al mes por cliente

10 OBJETIVO DE VENTAS

Con un precio de \$80.000 pesos mensuales el Punto de Equilibrio del negocio es prestar en promedio 52 servicios al mes que representan unas ventas de \$4.191.901 pesos. Sin embargo con este nivel de ventas se cubren los costos y gastos fijos administrativos y no deja ninguna utilidad. El Punto Optimo de ventas se encuentra alrededor de 100 servicios mensuales los cuales generarían unas ventas por el valor de 8 millones de pesos y una utilidad neta de alrededor de \$1.871.391 millones.

11 MERCADO META

Mujeres en estado de gestación y madres de familia con niños entre las de edades de 0 – 24 meses del estrato 3 y 4, con edades entre los 20 - 34 años que se preocupan por la salud de su bebé que puedan cambiar el pañal del bebé con mas frecuencia para evitar que se irrite o queme y que son consientes de los altos costos que implicaría el uso del pañal desechable. Además que les faciliten la vida evitando que ellas laven los pañales de tela y que piensen en la economía familiar.

Actualmente la ciudad de Santiago de Cali cuenta con una población de 2.369.696 habitantes. El estrato 3 tiene una participación del 32.4%. El estrato 4 tiene una representación del 6.4% correspondientemente, juntos suman un 38.8%. La población que representa estos estratos es de $2.369.696 \times 38.8\% = 919.442$. De igual manera, anualmente hay 44.000 nacimientos en la ciudad de Cali.⁸ Nuestro mercado meta en unidades sería de $44.000 \times 38.8\% = 17.072$ nacimientos. El mercado potencial representa, $17.072 \times \$80.000 = \$1.365.760.000$ millones de pesos anuales. La participación en el mercado del negocio seria del 7.1%, con unas ventas anuales proyectadas de \$96.000.000.

⁸ Cali en Cifras 2004 COBO, Ricardo H. Cali en Cifras. Santiago de Cali, 2004. p.56.

12 ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS DE MERCADEO

12.1 DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

En negocio se dirige a ofrecer el servicio de aseo de pañales de tela en la ciudad de Cali. El producto es un pañal de tela 100% algodón con diseño exclusivo del servicio. Sus principales funciones estarán encaminadas a la prestación de un servicio de excelente calidad, seguro y practico que permita a las usuarias llevar una vida mas practica y cómoda igual que para sus bebés.

Ventaja Competitiva

- ◆ El negocio es pionero en la prestación del servicio en la ciudad de Cali.
- ◆ Know How, se conoce la técnica y los recursos necesarios para la prestación del servicio.
- ◆ El precio es un factor diferenciador del negocio ya que este es menor a lo que las usuarias gastan actualmente.
- ◆ Servicio practico y cómodo para las usuarias.
- ◆ Diseño exclusivo de pañal de tela.

Definiciones del Negocio

- ◆ Servicio de aseo de pañales de tela pionero en la prestación del servicio en la ciudad de Cali dirigido a madres de niños menores a dos años de edad de los estratos 3 y 4.
- ◆ Servicio de aseo de pañales de tela enfocado a la prestación de un servicio practico, cómodo y de excelente calidad dirigido a madres de niños menores a dos años de edad de los estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali.
- ◆ Servicio de aseo de pañales de tela con precio bajo enfocado a madres de niños menores a dos años de los estratos 3 y 4 la ciudad de Cali.
- ◆ Servicio de aseo de pañales de tela enfocado a la prestación de un servicio practico, cómodo, de excelente calidad y bajo precio dirigido a madres de niños menores a dos años de edad de los estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali que buscan economía para el hogar y velan por la salud de sus bebés.

Definición del Negocio Final

En negocio se enfocará a prestar el servicio de aseo de pañales de tela practico, cómodo, de excelente calidad y bajo precio dirigido a madres de niños menores a dos años de edad de los estratos 3 y 4 de la ciudad de Cali que buscan economía para el hogar y velan por la salud y comodidad de sus bebés.

12.2 ESTRATEGIA CORPORATIVA

La estrategia básica es de posicionamiento diferenciada. Esta permitirá realizar un mejor enfoque de los beneficios del servicio, su oferta y ventajas. Se deberán resaltar los beneficios como el de comodidad y practicidad para la usuaria ya que se prestará el servicio de recogida, aseo y entrega de los pañales en el hogar. También se debe destacar el beneficio de precio más económico y distinguir al servicio como único e innovador.

12.3 ESTRATEGIA DE SERVICIO

La empresa estará dedicada a prestar el servicio de aseo de pañales de tela, a madres de familia con hijos menores a dos años de edad.

El servicio consta de lavar o asear los pañales que la empresa provee a sus clientes, con detergentes biodegradables y libre de químicos. Estos pañales tienen un diseño exclusivo de la empresa. Además del pañal de tela, trae un entrepañal - una tela respirable - la cual recoge el popo del bebé. Este entrepañal se arroja a la basura, pues es biodegradable y el pañal de tela se arroja a una cesta de pañales, la cual trae un desodorizador para evitar malos olores. La cesta de los pañales es suministrada por el servicio. Luego los pañales son entregados en el hogar del cliente en el horario convenido. Los pañales sucios con la orina del bebé serán recogidos dos veces a la semana para realizarles su respectiva limpieza para luego volverlos a ubicar al cliente original.

Los pañales son fabricados de tela 100% algodón, tiene un protector de plástico y velcro el cual se utiliza para ajustar el pañal, en reemplazo del gancho que se utilizaba anteriormente. En ningún momento la piel del bebé tocara el plástico, este es para evitar filtraciones.

Para asegurar que los pañales que se entregan a la usuaria son los mismos luego de su respectiva limpieza, estos tendrán una marquilla respectiva de cada cliente para su identificación la cual corresponde al número de la inscripción.

El horario de atención a las usuarias será de una jornada diurna de 8 horas diarias, 5 días a la semana y el día sábado de 8am a 2pm.

El servicio básico de la empresa es ofrecer el aseo de los pañales de tela, la recogida y entrega de los mismos a las usuarias.

Objetivos de Servicio

- ◆ Crear una relación de confianza con el cliente
- ◆ Enfocarse en la practicidad y comodidad que presta el negocio para la vida actual de las madres y mujeres en gestación.
- ◆ Desarrollar la habilidad de una excelente prestación del servicio.

Marca

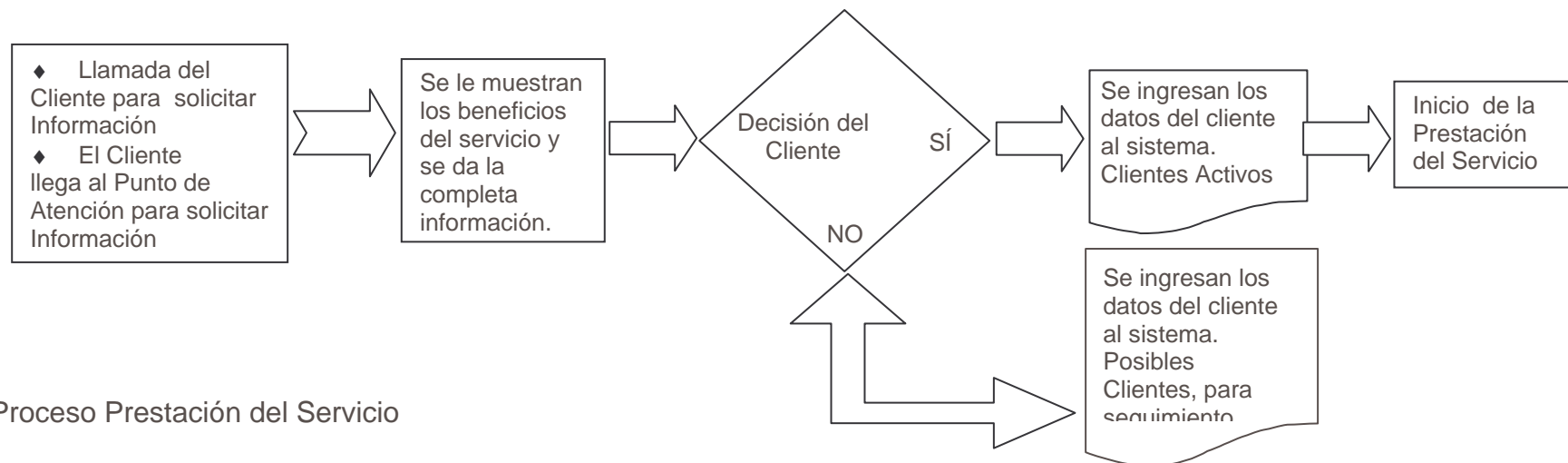
El negocio se identifica como ECOBABIES O ECOBEBÉ, nombre que se asocia a uno de los objetivos de realización del negocio, la conservación del medio ambiente. Además facilita su relación con un servicio exclusivo para bebés.

Empaque

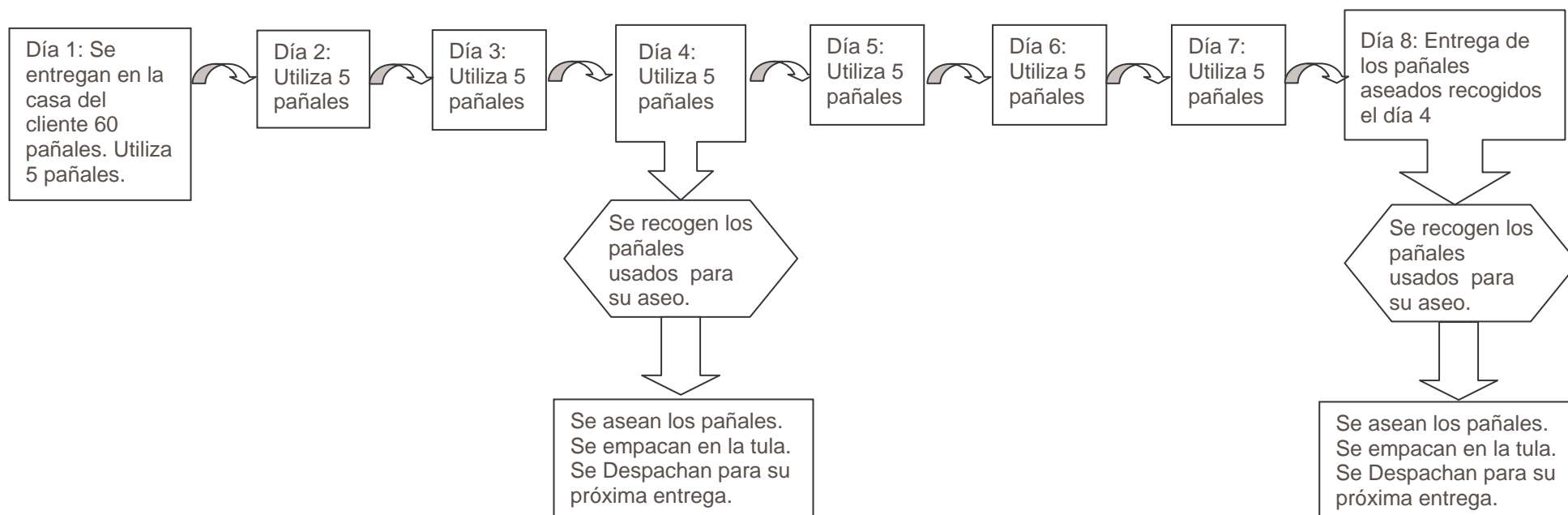
Los pañales se entregaran a las usuarias en una tula.

Figura 1 Flujo de servicio de aseo de pañales de tela
 ESCENARIO No. 1: Servicio Actual: Entrega de 60 pañales mensuales. Frecuencia de recogida 2 veces por semana.

Proceso Venta del Servicio



Proceso Prestación del Servicio



12.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

El negocio prestará el servicio de recogida y entrega de los pañales de tela en el hogar del cliente dos veces por semana. Esto estará determinado por el día de afiliación al servicio del cliente. Es decir que al cuarto día de entregados la primera tanda de pañales de tela, 60 unidades, se le recogerán los usados para realizarles su respectiva limpieza. Al octavo día de iniciada la prestación del servicio se hará entrega de los pañales anteriormente recogidos. Se hará un estudio sobre la ruta o recorrido dependiendo de la ubicación de cada cliente, esta deberá ser en beneficio de rapidez para el cliente y en beneficio de reducción de costos para la empresa. Se debe realizar un seguimiento al cumplimiento del servicio de distribución con el fin de evitar inconformidades con el cliente. El seguimiento se evaluará con base a quejas o reclamos por parte de las usuarias y al cumplimiento de los horarios establecidos. De igual forma, se debe adecuar un local ubicado en los estratos de la población objetivo, donde se recibirá e informará a las posibles usuarias los beneficios y la forma en que pueden acceder al servicio. Si la decisión de compra ya esta tomada, se le ingresará a una base de datos del negocio para prestarle el servicio.

Objetivo de Distribución

- ◆ Cumplimiento en la frecuencia de recogida
- ◆ Diseñar ruta que beneficie al cliente y el negocio
- ◆ Ubicación de un punto de atención al cliente

12.5 ESTRATEGIA DE PRECIO

El precio de venta es con base a un margen de ganancia de 96% sobre el costo de un servicio \$40.738 con base a 60 pañales mensuales por cliente, total \$80.000 pesos. El precio propuesto por el negocio es menor al gasto mensual en que incurren las madres actualmente en pañales desechables y por lo que estarían dispuestas a pagar por el servicio las madres y mujeres en gestación. El precio del servicio será también con base a la edad del bebé. A medida que el bebé crece el precio del servicio disminuirá con base a la disminución del uso de pañales de tela. El precio propuesto para el negocio es en base a bebés entre 0 – 6 meses.

Objetivo de Precio

- ◆ Diferenciar nuestra oferta de servicio del de la competencia

12.6 ESTRATEGIA VENTA

Para la consecución de clientes se debe enfocar en realizar charlas y visitas programadas a los centros de salud, CADs y clínicas de los estratos 3 y 4, donde asisten las madres con niños a control medico y mujeres en estado de gestación

para su control prenatal, con el fin de informar acerca del servicio por medio de una ayuda audiovisual donde se explique el servicio y sus beneficios. Esto permitirá llegar de manera directa y por ende de fácil adquisición el servicio ya que se tendrá una importante cobertura y asistencia por parte del mercado objetivo.

Con las personas que deseen adquirir el servicio se alimentará una base de datos de “clientes activos” que permitirá administrar su historia de servicio y coordinar la logística de entrega y recogida.

Las personas que no deseen inscribirse inmediatamente se ingresarán a una base de datos alterna “posibles clientes”, que maneje información de las personas que en algún momento estuvieron interesadas con el fin de hacer seguimiento y mantener el contacto mediante información periódica acerca de los beneficios del servicio telefónicamente, envío de correo físico o correo electrónico.

Objetivos de Venta

- ◆ Consecución de clientes potenciales
- ◆ Implementar programas de informar
- ◆ Hacer seguimiento y dar apoyo para complementar la venta del servicio.

12.7 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Durante las visitas a los centros de salud y clínicas entregar a las asistentes folletos informativos con las características y beneficios del servicio. También se debe hacer una atención, a las madres y mujeres asistentes, esta puede ser brindándoles un entredía.

Además utilizar carteles informativos que se puedan ubicar en los centros de salud, CADs y clínicas. Es importante hacer énfasis en los beneficios que representa el negocio a largo plazo y lo que representa para el bienestar y el futuro de los bebés.

Objetivo de Publicidad

- ◆ Comunicar y representar los Beneficios del Servicio
- ◆ Crear interés en el servicio
- ◆ Crear y mantener una imagen que identifique la empresa

12.8 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

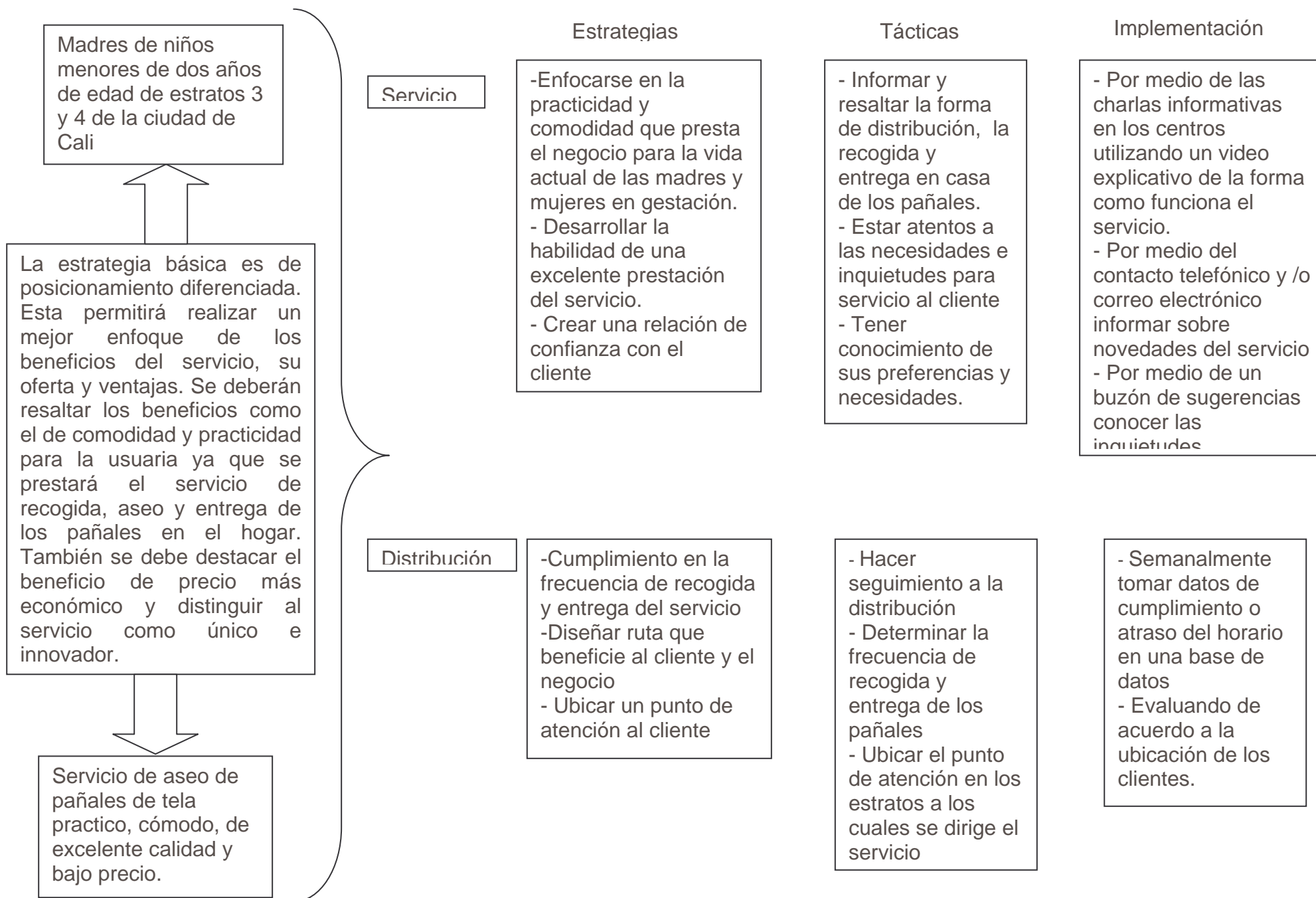
A las madres y mujeres en estado de gestación que adquieran el servicio y tengan más de un bebé en el hogar se le hará una oferta en el momento de adquirir por primera vez el servicio, esta es de un 10% de descuento. De igual forma por sugerir a otra madre o mujer en gestación interesada en el servicio se le hará un 5% de descuento en el siguiente mes de inscrita la persona recomendada.

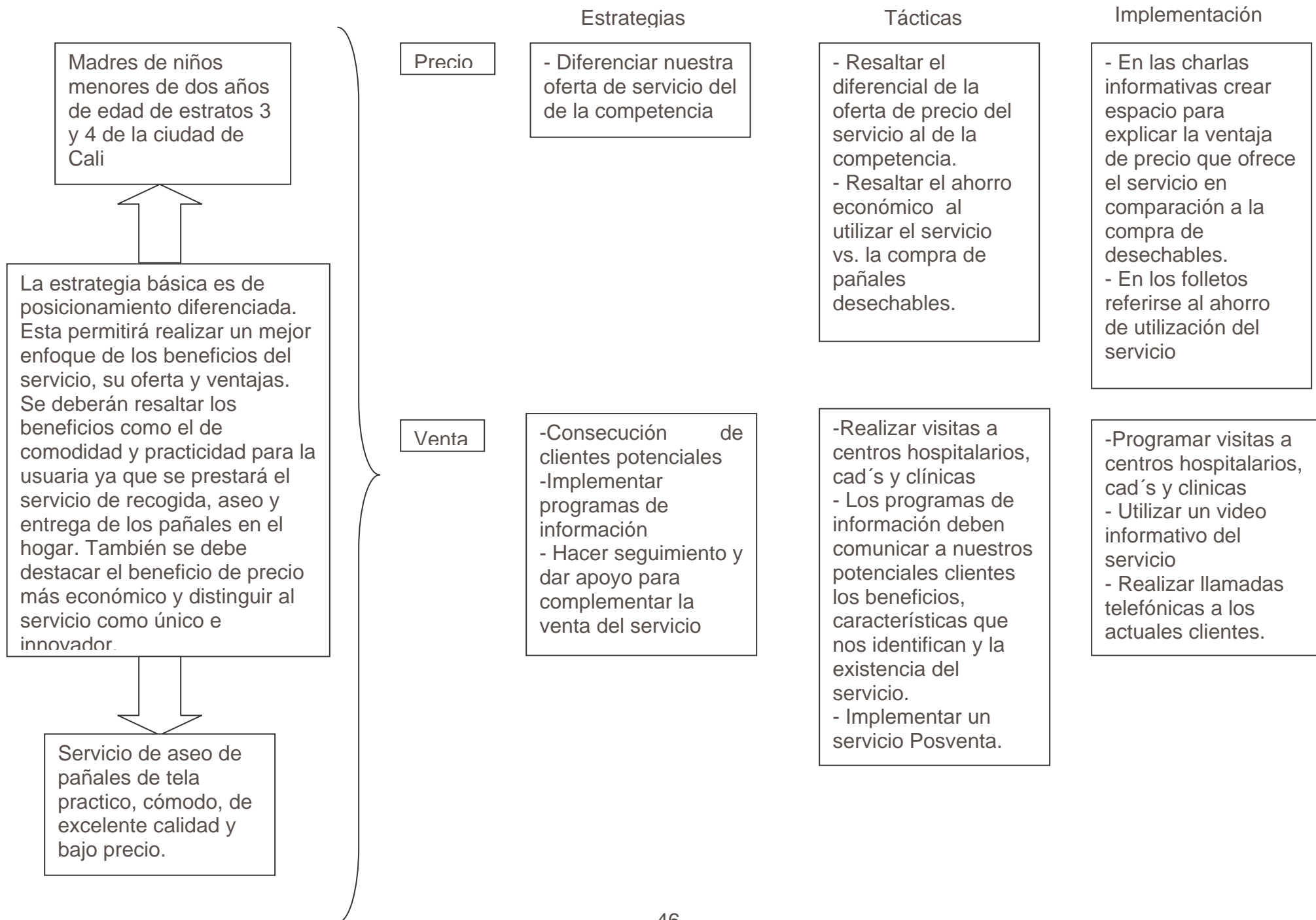
Para fidelizar y mantener a los clientes actuales se realizarán sorteos por la permanencia en el servicio y por el grado de antigüedad en el mismo. Periódicamente se realizarán charlas sobre la salud y cuidado de los bebés con profesionales para aclarar inquietudes o dudas que puedan tener las clientes. Se enviará periódicamente por correo electrónico o correo local informativos o artículos acerca de temas de salud y relacionados con el servicio.

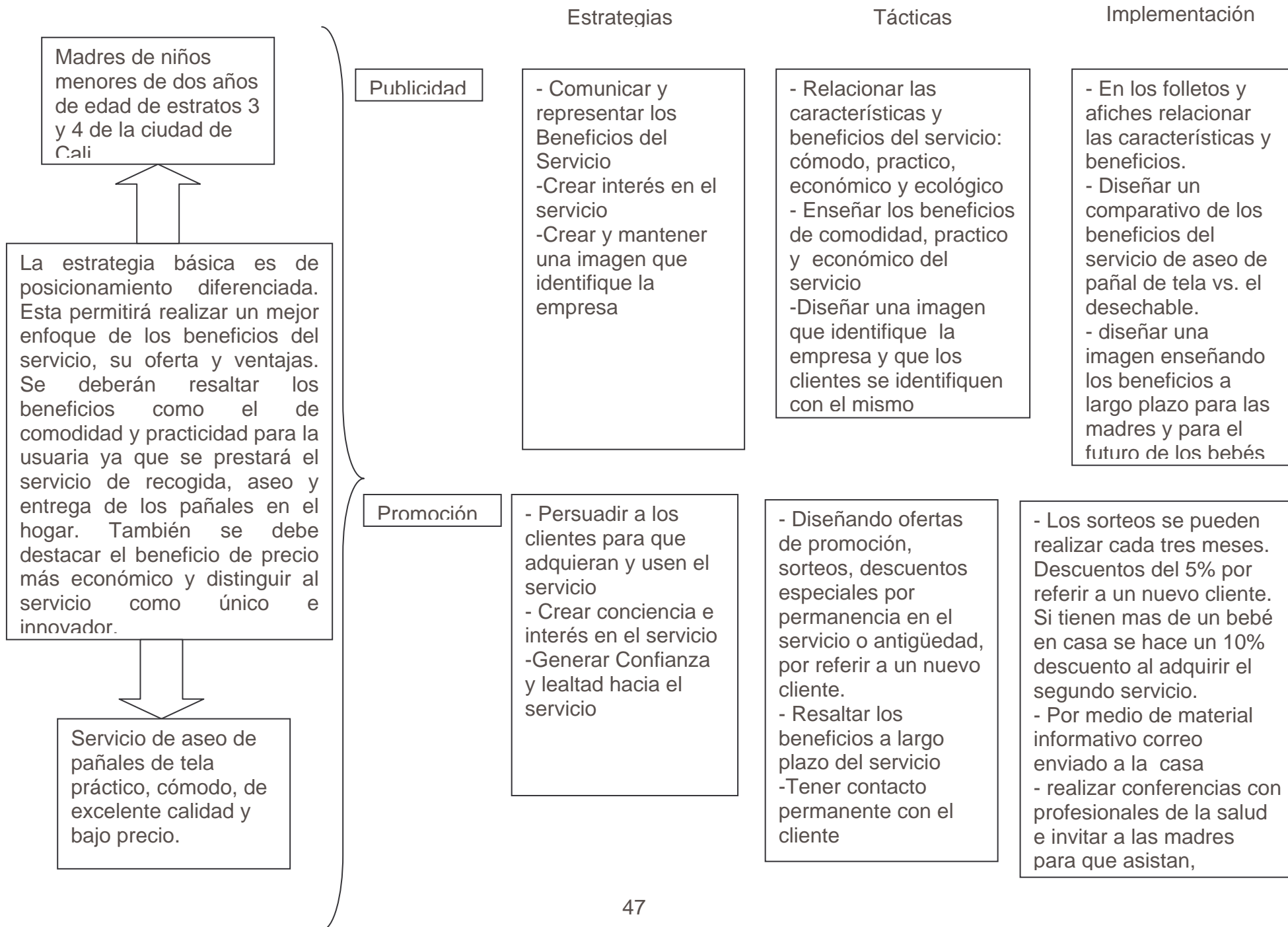
Objetivo de Promoción

- ◆ Persuadir a los clientes para que adquieran y usen el servicio
- ◆ Crear conciencia e interés en el servicio
- ◆ Generar Confianza y lealtad hacia el servicio

Figura 2 Estrategias de Mercadeo







13 PRESUPUESTOS

13.1 PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Folletos: 200 unidades en papel image tamaño carta de 90grs a color. Valor Unidad \$2.500. Total \$500.000.

Afiche o Pendón: 150 unidades de 50x70 papel calcio sobrelaminado. Valor Unidad \$18.250 + IVA; \$21.170. Total \$3.175.500.

Total Presupuesto: \$3.675.500

13.2 PRESUPUESTO DE VENTAS

Reunión en centros de salud, CADs y clínicas: En promedio asisten 25 personas por reunión. Se planea realizar la reunión en 50 centros, Total 1250 personas. Se brindara un jugo, Valor Unitario \$800, Total \$1.000.000

Un pasabocas, Valor Unitario \$1.200, Total \$1.500.000.

Total Presupuesto: \$5.175.500

14 INVERSIÓN REQUERIDA

14.1 EQUIPOS

- ◆ Lavadora Whirpool Duet 31 Lbs GHW 9250 MW
Carga frontal
Multiciclos de lavado según textura de la prenda
Sistema automático de control de temperatura AccuWash
Utiliza 68% menos agua
Utiliza 67% menos energía
Consumo de energía 294 Kw/h Año
Voltaje de 110 voltios monofásico 20 amperios
3.18 Volumen pies cubicos
1.68 MEF Modified Energy Factor
1.04 Federal Standard MEF
4.4 Factor de Agua
5.435 Galones Uso de Agua anuales
Centrifugado (Spin Speed) 1100 RPM

- ◆ Secadora Whirpool Duet 31 Lbs GGW 9200
Uso de gas natural
110 Voltios
1/3 HP motor
Sistema de secado Senseon
4 vías de ventilación
Función de Quick Dry para prevenir sobre secado

14.2 MUEBLES Y ENSERES

- 1 Computador
- 1 Estabilizador
- 1 Impresora
- 2 sillas oficina
- 1 archivador
- 2 mesas trabajo
- 2 muebles para almacenaje
- 1 Extintor
- 1 Teléfono
- 1 Fax
- Varios Oficina

14.3 INSUMOS INICIALES

- ◆ Pañales de Tela – Valor Unidad \$5.000 la unidad, 3.00 unidades requeridas al inicio negocio. Total \$15.000.000.

- ◆ Tulas – Valor Unidad \$3.000 (50 Clientes) Total \$150.000.
- ◆ Cesta plástica – para guardar pañales – (50 clientes) \$24.000 unidad – \$1.200.000
- ◆ Bioclean Humectante – 4 garrafas de 20lts pedido Anual – Valor Unidad \$70.400. Total \$281.600
- ◆ Desodorizador – 600 unid – \$900 unid – \$540.000. Inversión Anual para 50 Clientes / mes.
- ◆ Entretela o Entre pañal – 150 paquetes (50 clientes) Valor Paquete \$2.200, 50 unidades por paquete. Total \$330.000. Inversión Mensual.

Total Inversión Inicial Insumos: \$17.501.600

- ◆ Adecuación del Local \$ 5.000.000

15 COSTOS DE INVERSIÓN INICIAL DEL NEGOCIO

Tabla 36 Costos de inversión inicial del negocio

EQUIPOS	CANTIDAD	VR.UNITARIO	VALOR TOTAL	CATEGORIA	PERIODO
			ANO 0		
Lavadora Whirlpool GHW9250MW	1	\$3,500,000	\$3,500,000	DEPRECIABLE	10
Secadora Whirlpool GGW9200	1	\$2,550,000	\$2,550,000	DEPRECIABLE	10
Computador Oficina	1	\$1,200,000	\$1,200,000	DEPRECIABLE	3
Extintor	1	\$45,000	\$45,000	DEPRECIABLE	3
Impresora	1	\$120,000	\$120,000	DEPRECIABLE	3
Estabilizador	1	\$80,000	\$80,000	DEPRECIABLE	3
			\$1,445,000	\$6,050,000	
TOTAL EQUIPOS			\$7,495,000		
MUEBLES Y ENSERES					
Mesas trabajo	2	\$140,000	\$280,000	DEPRECIABLE	5
Archivador	1	\$90,000	\$90,000	DEPRECIABLE	5
Muebles Almacenaje	2	\$180,000	\$360,000	DEPRECIABLE	5
Silla Para Escritorio	2	\$55,000	\$110,000	DEPRECIABLE	5
Fax	1	\$120,000	\$120,000	DEPRECIABLE	5
telefono	1	\$90,000	\$90,000	DEPRECIABLE	5
Varios Oficina	1	\$100,000	\$100,000	DEPRECIABLE	5
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$1,150,000		
TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			\$8,645,000		
Bioliners (entre pañal)	150	\$2,200	\$330,000	50 unidades x paquete	
Bioclean Humectante	5	\$70,400	\$352,000	Garrafa x 20Lts	
Balde o Cubeta Plastica	50	\$24,000	\$1,200,000		
Pañales De Tela	3,000	\$5,000	\$15,000,000	DEPRECIABLE	
Tulas	50	\$3,000	\$150,000		
Desodorizador	50	\$900	\$540,000		
Escritura De Constitución			\$150,000	GASTOS DIF	
Registro Mercantil			\$385,000	GASTOS DIF	
Adecuacion de local		\$5,000,000	\$5,000,000		
Publicidad Introduccion		\$5,175,500	\$5,175,500		
TOTAL GASTOS			\$28,282,500		
TOTAL INVERSION FIJA			\$36,927,500		

Debido a que la tasa de descuento o rendimiento contable es del 16% anual, menor que el TIR que es del 29.53% anual, el proyecto es viable y la recuperación de la inversión es a tres años.

16 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

La fecha de introducción al mercado se debe realizar en los meses de Agosto a Octubre, meses en los cuales hay mayor numero de nacimientos en la ciudad de Cali. Anterior a estos meses, en el mes de Junio se debe dar inicio a la adecuación del local y gestionar la confección de los pañales de tela. De igual manera ordenar los folletos y afiches respectivos para asistir a las charlas ya que estos demoran 3 semanas para su entrega final. Durante este periodo se debe hacer contacto con la persona encargada en los centros de salud y clínicas respectivas para concretar la fecha de las charlas promocionales.

Tiempo / actividad	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Confección de Pañales de Tela				
Adecuación del Local				
Producción de Afiches y Folletos				
Gestión de Citas en Clínicas y Centros de Salud				
Introducción al Mercado				

17 CONCLUSIONES

El uso del pañal de tela se ha visto abandonado en gran proporción a causa del esfuerzo y tiempo que representa el lavar pañales; igualmente la preocupación en el gasto de agua y jabón que implica el aseo de los mismos.

Es importante anotar que en general las madres cambian a su bebé un promedio de 5 veces al día, dependiendo de la edad; mientras el bebé crece el cambio de pañales disminuye. Esto implicaría tener que lavar en promedio 120 pañales mensuales durante el primer año.

El uso del pañal desechable resulta practico para las madres al eliminar el esfuerzo físico y ahorrar tiempo, aunque represente algunos inconvenientes al bebé, como lo es el calor, la irritación y las quemaduras. Por esto algunas madres utilizan el pañal de tela de manera complementaria al pañal desechable con el propósito de “dejar descansar” al bebé. Es importante anotar que las madres de estrato 3 y 4 mostraron mayor importancia al uso del pañal de tela.

Las madres opinaron que el servicio de aseo de pañales de tela, les ahorra tiempo y esfuerzo al no tener que lavarlos en casa, además del servicio de recogida y entrega, que lo hace más atractivo por ser practico y ayudarlas a llevar una vida más cómoda. Específicamente las madres de los estratos 3 y 4 vieron el servicio como favorable ya que es más económico y pueden cambiar al bebé más veces, evitando complicaciones con su salud. Se genero una duda entre las madres acerca del correcto aseo de los pañales de tela y el cumplimiento con la frecuencia en la que son recogidos y entregados.

Los precios de los pañales desechables oscilan entre \$9.000 y \$27.000 pesos dependiendo de la marca, etapa del bebé y número de pañales por paquete. En promedio un paquete de 19 pañales tendría un precio de \$18.000 pesos, la madre necesitaría 9 paquetes al mes, esto representa un gasto mensual de \$163.000 pesos.

En promedio las madres opinaron que este nuevo servicio podría tener un costo mensual de \$82.000 pesos. Se evidencio que según el poder adquisitivo, las madres reflejan su disposición a pagar por el servicio. Es decir que las madres de estrato 3 pagarían por el servicio en promedio \$69.000 pesos; las de estrato 4 \$88.000 pesos y las de estrato 5 estarían dispuestas a pagar alrededor de \$97.600 pesos.

En conclusión, la penetración potencial en el mercado para el nuevo negocio estaría representada con el 37% de las mujeres encuestadas que actualmente usan el pañal de tela de forma exclusiva o complementaria y el 56% del total de las mujeres que después de haber conocido la propuesta del nuevo servicio estarían realmente interesadas en adquirirlo.

18 RECOMENDACIONES

El estudio arroja que existe una duda entre las madres acerca del correcto aseo de los pañales de tela y el cumplimiento con la frecuencia en la que son recogidos y entregados, por ende se debe hacer énfasis en la propuesta de servicio para generar confiabilidad en las usuarias. De igual forma debe hacerse un seguimiento mensual al cumplimiento en la frecuencia del servicio.

Se plantea realizar una muestra de prueba del servicio con algunas madres, a las cuales se les van a entregar los implementos para la prestación del servicio (cesta de pañales, pañales, tula) con el fin de evaluar y/o descubrir inconvenientes del servicio. De igual forma obtener información de las madres que están probando el servicio para realizar adecuaciones antes de la introducción del mismo al mercado.

Aunque el estudio arroja buenos resultados es importante realizar un excelente desempeño en el proceso de venta, pues esta sería la primera impresión del servicio de las madres. Se debe enfatizar la comodidad que provee el servicio para la madre y la frescura que tendrá el bebé al utilizar el pañal de tela.

Es importante proyectar una imagen de seguridad para las usuarias, pues de esta forma se caracterizaría el servicio como higiénico, elemento importante para las usuarias.

BIBLIOGRAFÍA

COBO, Ricardo H. Cali en Cifras. Santiago de Cali, 2004. 142p.

Diaper Service [en línea]: North Carolina, Estados Unidos: Baby Diaper Service, 2003. [consultado 20 Julio, 2004]. Disponible en Internet: <http://www.seattlediaper.com/>

Diaper service [en línea] Reino Unido: Baby Needs, 2003. [consultado 25 de Julio, 2004] Disponible en Internet: <http://www.babyneeds.com.uk/>

Diaper service [en línea] California, United States: Comfy Bummy Daipers Industry, 2003. [Consultado 18 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.comfybummy.com/>

Diaper service [en línea] New Jersey, Estados Unidos: DiaperKing Cloth Diaper Service, 2004 [consultado 15 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.diaperking.com/>

Diaper service [en línea] California, Estados Unidos: Katie's Kisses, 2004. [consultado 10 de Agosto, 2004] Disponible en Internet: <http://stores.hsprofessional.com/katiekisses/storefront.bok>

Diaper service [en línea] North carolina, Estados Unidos: Marshall Morgan, 2003. [consultado 10 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.babybiz.com>

Diaper Service [en línea] New Jersey, Estados Unidos: One Stop Diaper Shop, 2003. [consultado 15 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://diapershop.com/>

Diaper Service [en línea] Reino Unido: Ralph Sabrina Elvira Napies, 2004. [consultado 22 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.elvika-nappies.co.uk/>

Diaper Service [en línea] North Carolina, Estados Unidos: TinyTots Diaper Service Industry, 2004. [consultado 25 de Julio, 2004] Disponible en Internet: <http://www.tinytots.com/>

En que gastan los colombianos: Revista Dinero, No.212 (Ago. 2004) [en línea] Bogota: 2004. [consultado 23 de Julio, 2004] Disponible en Internet: www.dinero.com.co

GOODLAND, Robert. Desarrollo Económico Sostenible, Bogota: Uniandes, 1998. 156 p.

Guía Económica [en línea] Bogotá: Banco de la República Luis Ángel Arango, 2004. [Consultado 19 de Julio, 2004]. Disponible en Internet: <http://www.lablaa.org/ayudadetareas.htm>

Guía Temática de Ecología y Medio Ambiente. [en línea] Bogotá: Banco de la República Luis Ángel Arango, 2004. [Consultado 20 de Julio, 2004]. Disponible en Internet: <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/biologia/biolo20.htm>

Nappie Service [en línea] Tennessee, Estados Unidos: Angel Fluff Diaper Company, 2004. [consultado 18 de Agosto, 2004]. Disponible en Internet: <http://www.angelfluff.com/>

Servicio de Pañales [en línea] Barcelona, España: Crianza Natural, 2003. [consultado 22 de Agosto, 2004.] Disponible en Internet: <http://www.crianzanatural.com/>

19 ANEXOS

Anexo 1 Calculo de Jabón

BIOCLEAN HUMECTANTE

usar 2 a 5 cc por kg de ropa

GARRAFA DE 20 LTS	Precio 70400
cc	precio
18926	\$ 70,400
70	\$ 260

20lts a cuantos cc equivalen	
20 lts	
0,264172 galones	5
3785,306 cc	18927
20 lts Equivalen a	18227 cc

Capacidad Lavadora Whirpool / tanda	
31lbs	
0,4535924 kgs	14
31lbs equivalen a	14 kgs

Q. cc / tanda	
5cc/tanda	
14 kgs	
Total cc.	70

CONCLUSIONES	
En una sola tanda/lavado se utilizan 70 cc	Entonces una garrafa de 20 Lts alcanza para: 18926cc/70cc = 270 lavadas
si son 5 lavadas por dia entonces alcanza para 54 dias (2meses aprox) $270/5=54$	una garrafa de 20lts alcanza para lavar 270 veces de 14kg cd tanda
Pedido Anual/trimestral	Precio
5	\$ 352,000

Anexo 2 Cálculo Depreciación de Equipos y Enseres

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
ACTIVOS 3 AÑOS				
Valor actual	1,445,000	1,502,800	1,547,884	1,656,236
Ajuste valor activo	0	57,800	45,084	108,352
Depreciación	0	500,933	515,961	552,079
Ajuste depreciación	0	0	15,028	72,235
Depreciación acumulada	0	500,933	1,031,923	1,656,236
Valor fiscal	1,445,000	1,001,867	515,961	0
ACTIVOS DEPRECIABLES 5 AÑOS				
Valor actual	1,150,000	1,196,000	1,231,880	1,318,112
Ajuste valor activo	0	46,000	35,880	86,232
Depreciación	0	239,200	246,376	263,622
Ajuste depreciación	0	0	16,744	15,070
Depreciación acumulada	0	239,200	502,320	781,012
Valor fiscal	1,150,000	956,800	729,560	537,100
ACTIVOS DEPRECIABLE 10 AÑOS				
Valor actual	6,050,000	6,292,000	6,480,760	6,934,413
Ajuste valor activo	0	242,000	188,760	453,653
Depreciación	0	1,258,400	1,296,152	1,386,883
Ajuste depreciación	0	0	88,088	79,279
Depreciación acumulada	0	1,258,400	2,642,640	4,108,802
Valor fiscal	6,050,000	5,033,600	3,838,120	2,825,611
TOTAL ACTIVOS DEPRECIABLES				
Total valor actual	8,645,000	8,990,800	9,260,524	9,908,761
Total ajuste valor activo	0	345,800	269,724	648,237
Total depreciación	0	1,998,533	2,058,489	2,202,584
Total ajuste depreciación	0	0	119,860	166,583
Total depreciación acumulada	0	5,773,733	5,372,363	5,262,859
Total valor fiscal	8,645,000	6,992,267	5,083,641	3,362,711
TOTAL ACTIVOS				
Valor actual	8,645,000	8,990,800	9,260,524	9,908,761
Ajuste valor activo	0	345,800	269,724	648,237
Deducciones tributarias	0	1,998,533	2,058,489	2,202,584
Ajuste deducciones tributarias	0	0	119,860	166,583
Deducciones tributarias acumulada	0	5,773,733	5,372,363	5,262,859
Valor fiscal	8,645,000	6,992,267	5,083,641	3,362,711

Anexo 3 Cálculo Gastos de Operación

	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Arriendo	350,000	4,200,000	4,452,000	4,719,120
Servicios Públicos	360,000	4,320,000	4,579,200	4,853,952
Seguros	0	0	0	0
Administración	0	0	0	0
telefono	60,000	720,000	763,200	816,624
Impuestos Locales	0	8,500,800	9,010,848	9,641,607
Registro Mercantil	0	0	1,017,600	1,088,832
Depreciación	0	500,933	515,961	552,079
TOTAL GASTOS	770,000	18,241,733	20,338,809	21,672,214
GASTOS (FIJOS)	1,190,000	9,020,933	9,547,161	10,125,151
GASTOS (VARIABLES)	2,020,000	9,220,800	10,791,648	11,547,063

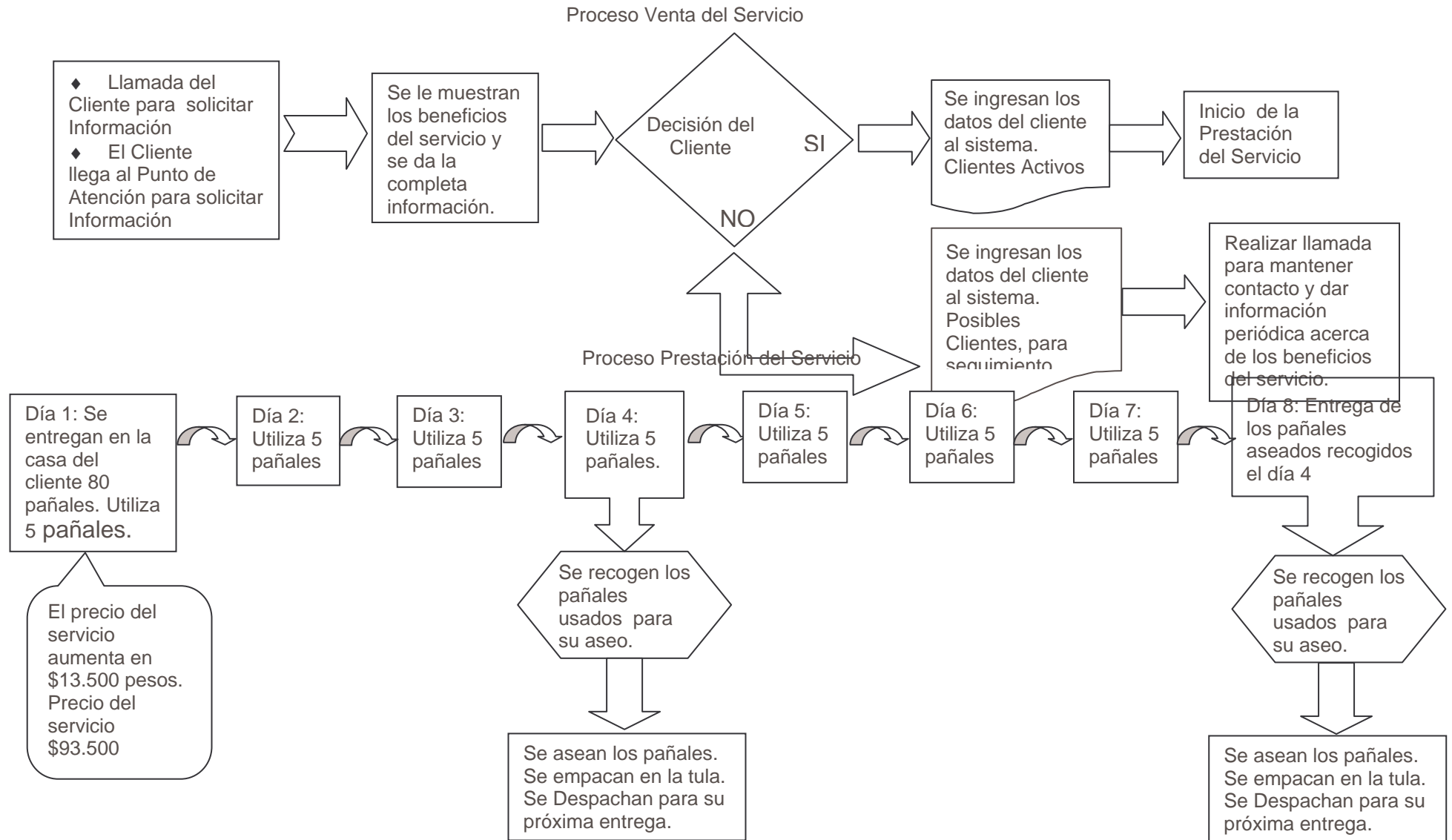
Anexo 4 Estado de Resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas Netas	96,000,000	101,760,000	108,883,200
Salarios Personal Administrativo	27,598,033	29,253,915	31,846,105
Gastos Operacionales	18,241,733	20,338,809	21,672,214
Gastos de Administración y Ventas	15,599,200	16,527,976	17,684,934
Gastos diferidos	28,282,500		
Corrección Monetaria	854,200	891,911	3,547,553
UTILIDAD GRAVABLE	5,424,334	34,747,389	34,132,394
Menos: Impuesto de Renta	1,898,517	12,161,586	11,946,338
UTILIDAD NETA	3,525,817	22,585,803	22,186,056

Anexo5 Flujo de Caja Neto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Utilidad Neta	0	3,525,817	22,585,803	22,186,056
Total Depreciación	0	1,998,533	2,058,489	2,202,584
Corrección Monetaria		854,200	891,911	3,547,553
1. FLUJO DE FONDOS NETO DEL PERIODO	0	6,378,550	25,536,203	27,936,193
Inversiones en Activos Fijos del Período	8,645,000	0	0	0
GASTOS PREOPERATIVOS	28,282,500			
Colchon de efectivo	-6,927,500	-415,650	-440,589	
2. INVERSIONES NETAS DEL PERIODO	30,000,000	-415,650	-440,589	0
3. LIQUIDACIÓN DEL NEGOCIO				-7,783,739
4. (=1-2+3) FLUJOS DE CAJA TOTALMENTE NETOS	-30,000,000	6,794,200	25,976,792	20,152,454
Tasa interna de retorno	29.53%	ANNUAL		
Valor presente neto	8,072,881			
Tasa mínima de retorno	16.00%	ANNUAL		

ESCENARIO No. 2: Supuesto de Servicio: Entrega de 80 pañales mensuales. Frecuencia de recogida 2 veces por semana.



Anexo 7 Análisis de Costos de Servicio Escenario No.2

Se entregan 80 pañales al mes y la frecuencia de recogida es de dos veces por semana.

Materiales	Costo Unitario	Costo Servicio	
Pañal de Tela	5,000	\$52.08	*1
Canasta	24,000	\$20.83	*2
Tula	3,000	\$2.60	*3
Desodorizador	900	\$9.38	*4
Agua C.Directo	850 por 1mt3	\$76.42	*5
Agua C.Fijo	180,000	\$60.00	**
Jabón	3.52 por 1cc	\$4.40	*6
Energía C. Directo	\$218.52 por 1 KWH	\$128.49	*7
Energía C.Fijo	180,000	\$60.00	**
M.O.D Var.	675,507	\$225.17	**
Costo Fijo Unitario Pañal/Servicio		\$634.97	
Costos Dir. Var.			
Entrepañal	2,200	\$44.00	*8
Total Costo Fijo Unitario Pañal /Servicio		\$678.97	
Total Costo Fijo Servicio Mensual		\$54,318	*9

El supuesto No.2 muestra un aumento en el costo fijo mensual del servicio lo que representa un aumento en el precio de \$13.500 pesos. Es decir que para un aumento en la cantidad de pañales el precio nuevo seria de \$93.500 pesos mensuales el cual no seria competitivo para el nuevo negocio y atractivo para las usuarias.

Observaciones

*1: Calculo Servicio del Pañal de Tela: Son 2 servicios por semana; 4 semanas en un mes. En total son 8 servicios al mes y 96 servicios al año.

*2: Calculo de Uso de la Canasta: 12 pañales por servicio de recogida; 24 pañales/semana; 96 pañales/mes en la canasta; 1152 pañales/año en la

canasta.

*3: Calculo de Uso de la Tula: 12 pañales por servicio de recogida; 24 pañales/semana; 96 pañales/mes en la canasta; 1152 pañales/año en la canasta.

*4: 1 Pasta Desodorizadora precio unitario \$900, para cada mes por canasta; 1 mes por canasta: $1152/12=96$

*5: 56 pañales por tanda de lavado; capacidad lavadora por tanda 0.0899mt³; 1mt³ tiene un valor de \$850.

**El valor respectivo se divide por 3.000 pañales-servicio aproximado al mes.

*6: Garrafa de 20lts por un valor de \$70.400. 20lts equivalen a 20000 cc, $\$70.400/20.000\text{cc}=\$3,52$ valor de un cc. 56 pañales por tanda equivalen a utilizar 70cc de jabón x \$3,52 valor de cada cc = \$246.4 valor de jabón por tanda de lavado.

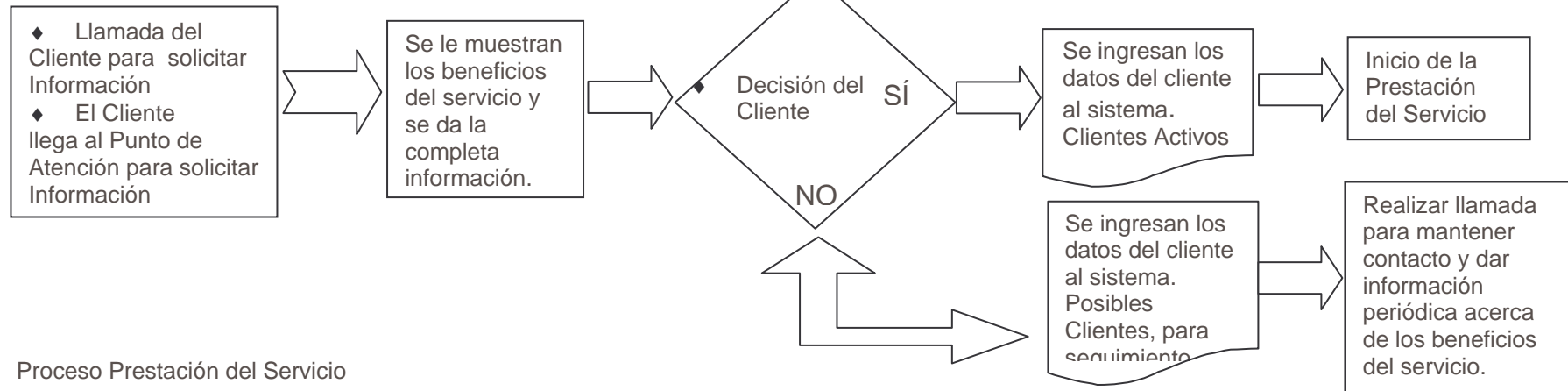
*7: Son $1.764 \text{ kwh mes} \times \$218.52 = \$385.469/3000$ pañales mes.

*8: Entrepañal precio unitario \$2.200 por 50 unidades.

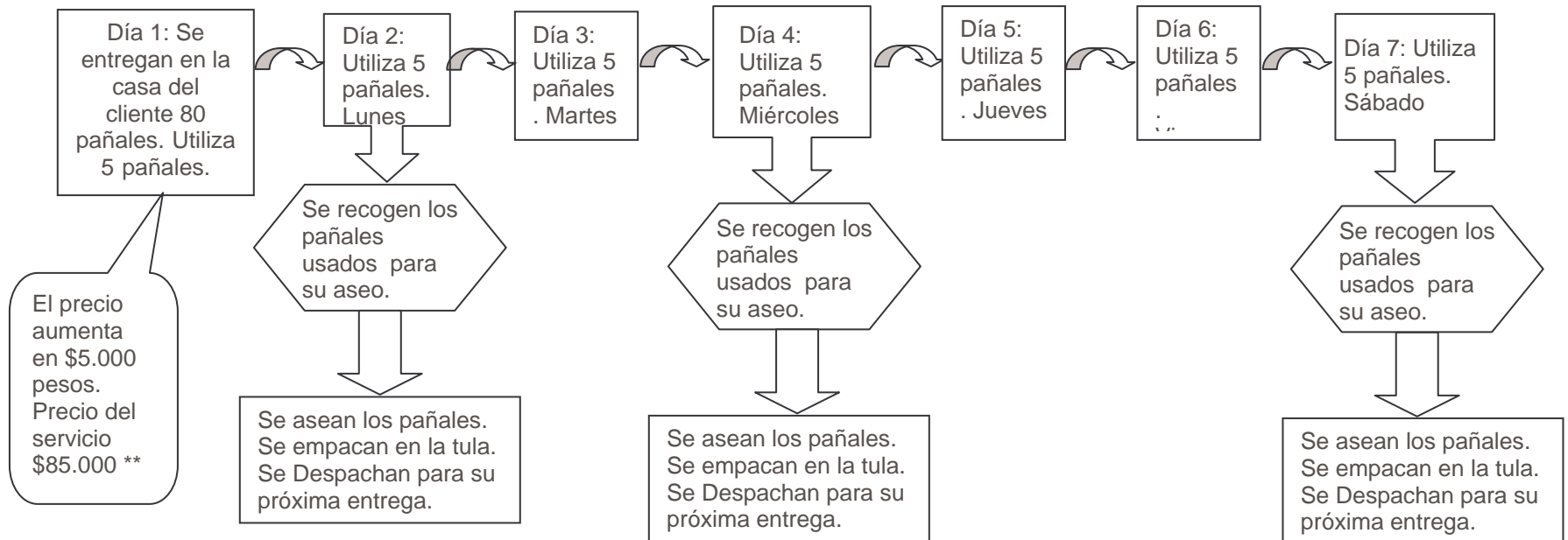
*9: Son 80 pañales que se entregan al mes por cliente

ESCENARIO No. 3: Supuesto de Servicio: Entrega de 80 pañales mensuales. Frecuencia de recogida 3 veces por semana.

Proceso Venta del Servicio



Proceso Prestación del Servicio



Anexo 9 Análisis de Costos de Servicio Escenario No. 3

Se entregarán 80 pañales mensuales y la frecuencia de recogida es de tres veces por semana.

Materiales	Costo Unitario	Costo Servicio	
Pañal de Tela	5,000	\$34.72	*1
Canasta	24,000	\$16.67	*2
Tula	3,000	\$2.08	*3
Desodorizador	900	\$7.50	*4
Agua C.Directo	850 por 1mt3	\$76.42	*5
Agua C.Fijo	180,000	\$45.00	**
Jabón	3.52 por 1cc	\$4.40	*6
Energía C. Directo	\$218.52 por 1 KWH	\$96.37	*7
Energía C.Fijo	180,000	\$45.00	**
M.O.D Var.	675,507	\$168.88	**
Costo Fijo Unitario Pañal/Servicio		\$492.63	
Costos Dir. Var.			
Entrepañal	2,200	\$44.00	*8
Total Costo Fijo Unitario Pañal /Servicio		\$536.63	
Total Costo Fijo Servicio Mensual		\$42,931	*9

El supuesto No.3 muestra un leve aumento en el costo fijo mensual del servicio lo que representa un aumento en el precio de \$5.000 pesos. Esto significa que para un aumento en la cantidad de pañales y un aumento en la frecuencia de recogida, el nuevo precio del servicio seria de \$85.000 pesos mensuales el cual aun es competitivo para el negocio y atractivo para las usuarias. Sin embargo el negocio deberá aumentar la frecuencia de recogida, recogiendo menos pañales para su aseo, lo que significa que no se estaría teniendo una optima utilización de la cesta de pañales y del proceso de aseo de los pañales.

Observaciones

*1: Calculo Servicio del Pañal de Tela: Son 3 servicios por semana; 4 semanas en un mes. En total son 12 servicios al mes y 144 servicios al año.

*2: Calculo de Uso de la Canasta: 10 pañales por servicio de recogida; 30

pañales/semana; 120 pañales/mes en la canasta; 1440 pañales/año en la canasta.

*3: Calculo de Uso de la Tula: 10 pañales por servicio de recogida; 30 pañales/semana; 120 pañales/mes en la canasta; 1440 pañales/año en la canasta.

*4: 1 Pasta Desodorizadora precio unitario \$900, para cada mes por canasta; 1 mes por canasta: $1440/12=120$

*5: 56 pañales por tanda de lavado; capacidad lavadora por tanda 0.0899mt³; 1mt³ tiene un valor de \$850.

**El valor respectivo se divide por 4.000 pañales-servicio aproximado al mes.

*6: Garrafa de 20lts por un valor de \$70.400. 20lts equivalen a 20000 cc, $\$70.400/20.000cc=\$3,52$ valor de un cc. 56 pañales por tanda equivalen a utilizar 70cc de jabón x \$3,52 valor de cada cc = \$246.4 valor de jabón por tanda de lavado.

*7: Son 1.764 kwh mes x \$218.52 = \$385.469/4000 pañales mes.

*8: Entrepañal precio unitario \$2.200 por 50 unidades.

*9: Son 80 pañales que se entregan al mes por cliente

ECOLOGÍA. Dos madres de familia discuten sobre el manejo que debe darsele a este artículo de aseo para bebé

Pañales: ¿comodidad que contamina?

Una madre ambientalista asegura que no dudaría en volver a usar los pañales de tela pues, a través de su trabajo, ha descubierto la gran carga contaminante que generan los desechables.

MIRENSY GONZÁLEZ.

"Los desechables no son necesarios"

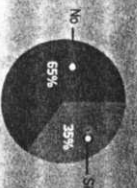


Esta docente de 42 años trabaja desde hace más de 20 en el campo de la educación ambiental. Madre de dos hijos, trabaja en el Centro Latinoamericano de Investigación y Estrategia, desde donde coordina proyectos ambientales.

"A través de mi trabajo he podido descubrir el gran impacto que generan las basuras en el medio ambiente. Por ello, no estoy de acuerdo con el uso de pañales desechables, pues representan una gran carga contaminante. Aunque ya mis hijos están grandes, la menor tiene 12 años, creo que si en mi hogar volviera a haber un bebé, no dudaría en usar pañales de tela. Como mamás nunca nos imaginamos todo el daño que le causamos al medio ambiente con el uso de los pañales modernos pues, al estar fabricados con plástico, demoran mucho en biodegradarse. Además, generan malos olores y lavados que luego se encargan de envenenar las fuentes de agua.

No se nos puede olvidar que muchas generaciones nos criamos con pañales de tela y crecimos sanos luego los desechables no son necesarios. Creo que nuestra comodidad no debe pasar por encima de los recursos que las generaciones futuras no nos pertenecen, son de ellos y por lo tanto debemos preservarlos para que los disfruten. Además, hay que tener en cuenta que la educación ambiental no es un asunto que le compete sólo a la escuela. Comienza desde los hogares, cuando me contentaba de que la basura que genero quede ser mínima. Eso, luego, lo verán nuestros hijos y lo aplicarán a lo largo de sus vidas."

Volver a los pañales de tela para ayudar a conservar el medio ambiente?



Plata Usada
Se recolectó material por el Día de la Tierra de Toluca, México de El País a 120 personas, los días jueves 26 y viernes 27 de enero.

Gracias El País

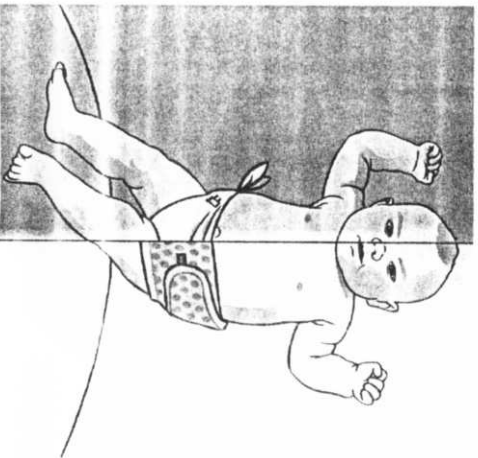


Ilustración: JAVIER TRONCOSO/El País

Mientras tanto, una joven progenitora asegura que los niños pequeños no dan tiempo para dedicarse horas al lavado y que la responsabilidad de la contaminación recae sobre los fabricantes de estos productos.

LIDA LORENA VICTORIA.

"No podemos ser esclavas del lavadero"



Es madre de una pequeña de año y medio de edad. Bugalagranda de nacimiento, tiene 23 años y trabaja ocasionalmente en el modelaje. Por ahora está dedicada a la crianza de su hija y a las labores del hogar.

"Los pañales desechables son una gran ayuda para las madres de hoy. Si a duras penas el día le alcanza a uno para atender al bebé, hacer de comer y organizar la casa, no me imagino pegada a un lavadero limpiando los pañales que utiliza mi hija en el día. No podemos convertirnos en esclavas del lavadero, pues los hijos pequeños demandan mucho tiempo y uno tiene que estar todo el día detrás de ellos para que no se golpeen o sufran accidentes. Seguramente, después de que uno los bota esos pañales generan mucha contaminación, pero creo que el problema no es de las mamás que los usan sino de los fabricantes que

no tienen en cuenta que pueden contaminar. A lo mejor, la solución puede estar en que los fabriquen con materiales diferentes que no sean tan nocivos para la naturaleza. Los pañales de tela son cosa del pasado y me imagino que no deben proteger igual que uno desechable. En mi caso, creo que estaría todo el día pendiente de que la bebé estuviera seca y limpia. Además, cuando uno sale con ellos no sabe en qué momento va a tener que cambiárselos, por lo que esa tarea debe ser lo menos complicada posible por lo que o si no tanto el bebé como nosotros sufriríamos mucho debido a la incomodidad"

lidad de maltrato.

po de dificultad personal. Ha-

comportamientos.

2A.

AMBIENTE / PROMUEVEN LOS LAVABLES

Pañales desechables ¿problema ecológico?

PARIS, AFP

El cuidado de los bebés vuelve a ser objeto de un interrogante en las sociedades de consumo: ¿Pañales desechables o pañales lavables? Tal es la cuestión.

En nuestra sociedad, "las mujeres tienen ahora los hijos a una edad en la que son más conscientes de lo que pasa en el mundo, de las catástrofes ecológicas y problemas medioambientales", dice la británica Annette Kuester, de 32 años y embarazada por primera vez.

El problema de los pañales forma parte de esas preocupaciones, con argumentos contradictorios. En la fabricación de desechables se utilizan productos naturales, como el papel (a

base de madera), y químicos, como los polímeros superabsorbentes, que hacen que las nálgas de los bebés permanezcan secas.

¿Qué efecto tiene esto en el medio ambiente? Las estadísticas dan resultados diversos. Tracy Stewart, que dirige una asociación de industriales, argumenta que los pañales desechables representan solo el 0,1 por ciento de la basura. Y, según la Agencia del Medio Ambiente, los pañales lavables tienen efectos comparables para el medioambiente que los desechables.

Como quiera que sea, antes de llegar a la etapa de control de los esfínteres, cada niño utiliza unos 5.800 pañales.



ANTES DE LLEGAR A LA ETAPA de control de los esfínteres, cada niño utiliza unos 5.800 pañales.

Pero para las mujeres que combinan una vida de trabajo con el cuidado de los hijos, las consideraciones ecológicas no tienen la prioridad. Por eso han surgido en el mundo grupos que militan por la utilización de los pañales lavables y tratan de minimizar sus inconvenientes. Entre ellos están la

Campaña por el Pañal Verdadero (Real Nappy Campaign) o Nappyday.

Entre los pañales ha surgido ahora una tercera posibilidad, la de los desechables ecológicos, de los cuales no se sabe hasta qué punto son más biodegradables que los desechables clásicos.